



UNIVERSIDAD
DE PIURA

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida

Trabajo de Investigación para optar el Grado de
Máster en Dirección y Gestión Empresarial

Giuliana del Carmen Mejía Montaña

Asesor:

Dr. José Fernando Barranzuela Lescano

Piura, abril de 2019



AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por cuidarme durante todo mi camino.

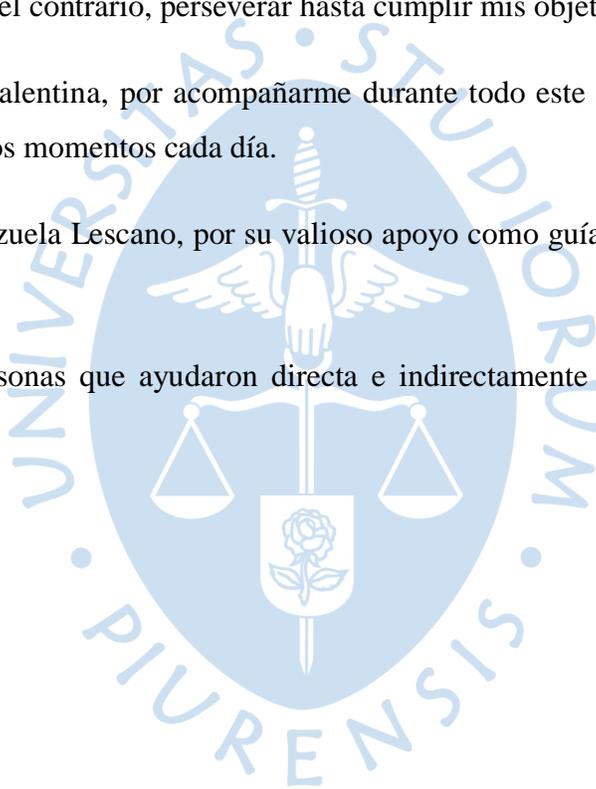
A mi padre Alejandro, por su apoyo incondicional y enseñarme que a pesar de todos los problemas que se pueda presentar en el camino, mantener la mirada en alto y sonreírle a la vida.

A mi madre Lida, a través de su ejemplo como madre me ha enseñado a levantarme y no ni rendirme ante nada, por el contrario, perseverar hasta cumplir mis objetivos.

A Alejandro, Anita y Valentina, por acompañarme durante todo este arduo camino y compartir conmigo alegrías y gratos momentos cada día.

Al Dr. Fernando Barranzuela Lescano, por su valioso apoyo como guía y asesor en la realización de este proyecto.

Gracias a todas las personas que ayudaron directa e indirectamente en la elaboración de este proyecto.





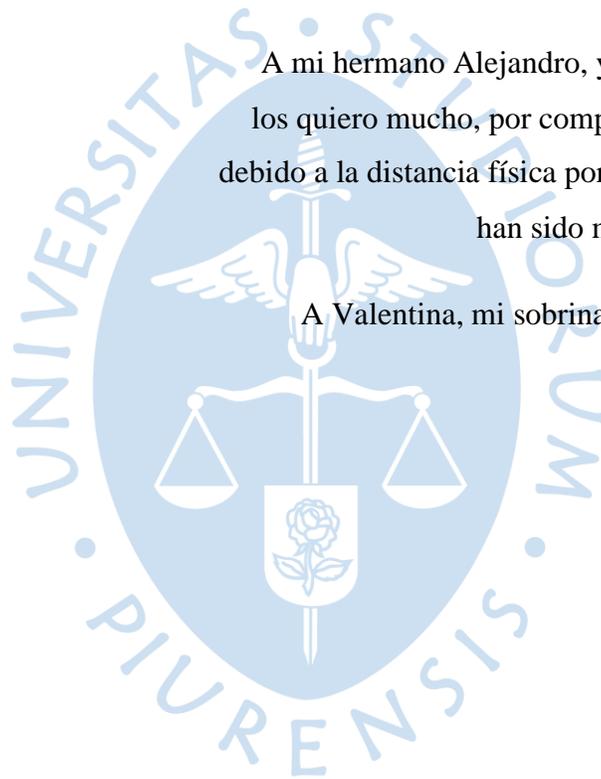
DEDICATORIA

Dedico este trabajo en primer lugar a Dios, por permitirme haber llegado a este momento tan importante de mi vida profesional.

A mis padres, Alejandro y Lida, por ser uno de los pilares más importantes en mi camino profesional, demostrarme cada día su amor y apoyo incondicional.

A mi hermano Alejandro, y mi cuñada Anita, a quien los quiero mucho, por compartir pequeños momentos, debido a la distancia física por temas laborales, pero que han sido muy significativos para mí.

A Valentina, mi sobrina que la amo infinitamente.





RESUMEN ANALITICO-INFORMATIVO

Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida

Giuliana del Carmen Mejía Montaña

Dr. José Fernando Barranzuela Lescano

Trabajo de investigación

Máster en Dirección y Gestión Empresarial

Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales

Piura, abril de 2019

Palabras claves: turismo, experiencias, cultura, naturaleza y estrategia.

Introducción: El presente trabajo, diseña y evalúa la construcción de un Hotel 4 estrellas situado en Chachapoyas, definiendo cuan rentable y factible es la construcción de Casitas de Hospedaje en dicha localidad, teniendo como objetivo aumentar el turismo en la zona, a través de sus atracciones turísticas: Fortaleza de Kuélap y Cataratas de Gocta.

Metodología: El trabajo consideró el uso de datos de fuente primaria; en el caso del primero sirvió para el cálculo de indicadores (ratios) económicos y financieros, así como también para el cálculo de la demanda y oferta del servicio, y fuente y secundaria; como el internet para la presentación de la situación actual de la oferta en la zona. Así también se explica la situación actual de la zona (lugares turísticos y zonas comerciales), así como las características de los ofertantes actuales de servicios similares.

Resultados: Se realizó el análisis económico y financiero, asimismo, los resultados fueron positivos, siendo una posibilidad de inversión a través de la construcción de hotel cinco estrellas. “Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida”, fue diseñado con el fin de transportarnos en el tiempo en el que los placeres sencillos eran los que más se disfrutaban en la vida, con productos alimenticios cultivados en sembríos de la zona y el agua extraída de manantiales cercanos, y servicios como biblioteca, piscina, huerto.

Conclusiones: El proyecto es totalmente viable y rentable económica y financieramente. El crecimiento en ventas está proyectado según las referencias de los demás hoteles y resorts de la zona, de donde se estaría atendiendo al 25% del mercado total de turistas tanto nacionales como extranjeros. La diferenciación del negocio es la infraestructura y servicio al cliente que se ofrecerá, llegando a un público objetivo que busquen turismo de lujo, extendiendo la experiencia a un nivel único, máximo y auténtico en sus semblantes naturales, actividades de aventura, dando ese valor agregado con lo que no se cuenta actualmente en la ciudad de Chachapoyas.

Fecha de elaboración del resumen: 30 de marzo 2019



ANALYTICAL-INFORMATIVE SUMMARY

Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida

Giuliana del Carmen Mejía Montaña

Dr. José Fernando Barranzuela Lescano

Trabajo de investigación

Máster en Dirección y Gestión Empresarial

Universidad de Piura. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales.

Piura, abril 2019

Keywords: tourism, experiences, culture, nature and strategy.

Introduction: The present work, designs and evaluates the construction of a 4 star Hotel located in Chachapoyas, defining how profitable and feasible is the construction of Casitas de Hospedaje in that locality, with the objective of increasing tourism in the area, through its tourist attractions: Kuélap Fortress and Gocta Falls.

Methodology: The paper considered the use of primary source data; in the case of the first, it was used to calculate economic and financial indicators (ratios), as well as to calculate the demand and supply of the service, and source and secondary; as the internet for the presentation of the current situation of the offer in the area. This also explains the current situation of the area (tourist places and commercial areas), as well as the characteristics of the current suppliers of similar services.

Results: The economic and financial analysis was also performed, the results were positive, being a possibility of investment through the construction of a five-star hotel. “Chachapoyas Resort: a splendid experience”, was designed in order to transport us in the time in which simple pleasures were the most enjoyed in life, with food products grown in fields of the area and water extracted from springs nearby, and services such as library, pool, orchard.

Conclusions:

The project is totally viable and economically and financially profitable. The growth in sales is projected according to the references of the other hotels and resorts in the area, where 25% of the total domestic and foreign tourist market would be served. The differentiation of the business is the infrastructure and customer service that will be offered, reaching a target audience seeking luxury tourism, extending the experience to a unique, maximum and authentic level in its natural surroundings, adventure activities, giving that added value with what is not currently available in the city of Chachapoyas.

Summary date: March 30, 2019.



ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES	3
1.1. Definición del Negocio.....	3
1.2. Definición del Nombre Comercial y la Razón Social	5
CAPÍTULO 2: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURISMO EN EL PERÚ	6
2.1. Análisis del entorno empresarial	7
2.1.1. Análisis Demográfico.....	7
2.1.2. Análisis Económico.....	8
2.1.3. Análisis social	10
2.2. Análisis de la industria	11
2.2.1. Poder de Negociación de los Clientes	11
2.2.2. Poder de Negociación de los Proveedores	11
2.2.3. Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos.....	11
2.2.4. Competencia del sector	12
2.2.5. Análisis de las barreras de entrada y salida.....	12
2.2.6. Análisis FODA	13
CAPÍTULO 3: PLAN ESTRATÉGICO	15
3.1. Misión y Visión	15
3.1.1. Visión	15
3.1.2. Misión.....	15

3.2. Objetivos Financieros y Estratégicos.....	15
CAPÍTULO 4: DIAGNÓSTICO DE MERCADO	17
4.1. Perfil del Cliente Objetivo	17
4.2. Segmentación del Mercado Objetivo.....	18
4.2.1. Análisis de la demanda.....	18
4.2.2. Análisis de la oferta.....	20
4.3. Balance Demanda - Oferta.....	22
CAPÍTULO 5: PLAN DE ACCIÓN.....	24
5.1. Plan de Marketing.....	25
5.2. Organización.....	30
CAPÍTULO 6: ESTUDIO TÉCNICO.....	33
6.1. Ubicación Física.....	33
6.2. Factores de Localización	33
6.3. Selección de la Localización	34
CAPÍTULO 7: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	42
7.1. Inversión del proyecto	43
7.2. Financiamiento del proyecto.....	46
7.3. Presupuesto de ingresos y egresos.....	47
7.4. Balance Inicial	53
7.5. Estado de Ganancias y Pérdidas	54
7.6. Valor Residual	55

7.7. Costo de Capital Promedio Ponderado.....	55
7.8. Flujo de Caja Económico y Financiero	56
7.9. Indicadores de Evaluación.....	58
7.10. Punto de Equilibrio.....	59
7.11. Escenarios del proyecto	60





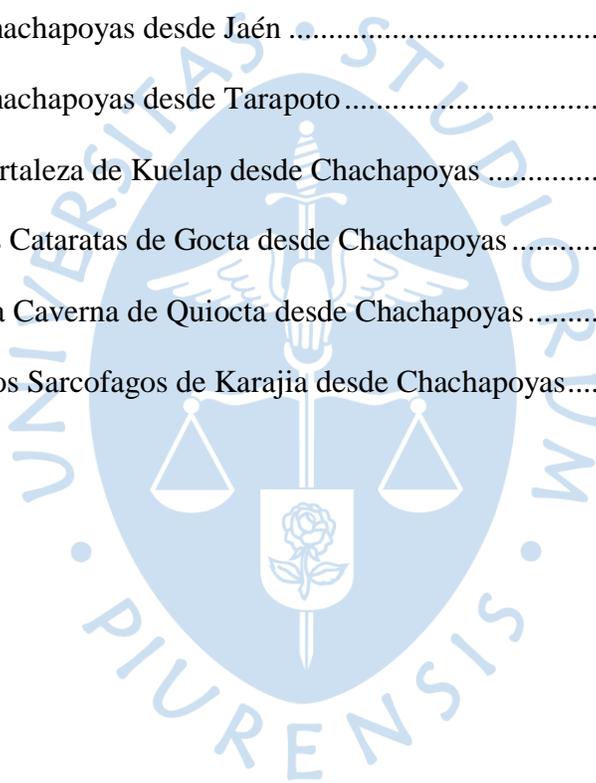
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Participación porcentual PBI del sector turismo en el Perú.....	9
Tabla 2. Principales productos y servicios generadores de divisas (millones de dólares)	10
Tabla 3. Cantidad de turistas internacionales.....	18
Tabla 4. Tasa de crecimiento de la cantidad de turistas internacionales.....	19
Tabla 5. Proyección de cantidad de turistas internacionales.....	19
Tabla 6. N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas en Chachapoyas	20
Tabla 7. Promedio del N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas.....	21
Tabla 8. Tasa de crecimiento del N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas.....	21
Tabla 9. Proyección N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas.....	22
Tabla 10. Balance entre Demanda-Oferta.....	22
Tabla 11. Proyección del balance entre Demanda-Oferta.....	23
Tabla 12. Activo tangible del proyecto.....	43
Tabla 13. Activo intangible del proyecto.....	44
Tabla 14. Capital de trabajo del proyecto.....	45
Tabla 15. Activo total del proyecto.....	46
Tabla 16. Cronograma de pago en 10 años con BCP.....	47
Tabla 17. N° de habitaciones y precios por cada habitación.....	47
Tabla 18. Costos de Producción.....	49
Tabla 19. Gastos de Ventas.....	49
Tabla 20. Gastos Administrativos.....	50
Tabla 21. Depreciación de la construcción del hospedaje.....	50
Tabla 22. Depreciación de quipos de Mobiliario.....	51
Tabla 23. Resumen de la depreciación total.....	51

Tabla 24. Gastos financieros	52
Tabla 25. Amortización de intangibles.....	52
Tabla 26. Gastos financieros	52
Tabla 27. Balance inicial del proyecto	53
Tabla 28. Estado de Ganancias y Pérdidas del proyecto.....	54
Tabla 29. Valor Residual.....	55
Tabla 30. Costo de Capital	55
Tabla 31. Flujo de Caja Económico	56
Tabla 32. Flujo de Caja Financiero.....	57
Tabla 33. Valor Actual Neto	58
Tabla 34. Tasa Interna de Retorno	58
Tabla 35. Relación Beneficio Costo.....	58
Tabla 36. Periodo de Recuperación de Capital	59
Tabla 37. Punto de Equilibrio	59
Tabla 38. Escenario 1, 10% de disminución del ingreso de venta	62
Tabla 39. Escenario 2, 10% de aumento en el ingreso de venta	64

ÍNDICE DE IMÁGENES

Imagen 1. PBI del sector turismo en el Perú	8
Imagen 2. Principales productos y servicios generadores de divisas en el Perú	10
Imagen 3. Organigrama de la empresa.....	31
Imagen 4. Ubicación Chachapoyas, Amazonas	34
Imagen 5. Ruta hacia Chachapoyas desde Chiclayo	35
Imagen 6. Ruta hacia Chachapoyas desde Jaén	36
Imagen 7. Ruta hacia Chachapoyas desde Tarapoto.....	37
Imagen 8. Ruta hacia Fortaleza de Kuelap desde Chachapoyas	38
Imagen 9. Ruta hacia las Cataratas de Gocta desde Chachapoyas	39
Imagen 10. Ruta hacia la Caverna de Quiocta desde Chachapoyas	40
Imagen 11. Ruta hacia los Sarcófagos de Karajia desde Chachapoyas.....	41





INTRODUCCIÓN

El gusto por conocer nuevas personas y lugares, me motivaron a iniciar y elegir este tema, así como, generar ideas de negocio y posibles lugares que incentiven el turismo en el país.

El Perú es un país amplio, diverso y rico en cultura, escenario ideal para desarrollar el turismo, con mucho potencial para explotar, lo cual genera el aumento de ingresos para el país, pero que aún le falta adecuarse a grandes cantidades de turistas, es decir generando valor con las características que lo identifica.

Por lo señalado, una de las ideas del presente trabajo es el demostrar que este negocio (hotel de cinco estrellas) es una gran iniciativa que resultaría rentable para ser desarrollada en la región de Amazonas.

En este sentido, este trabajo evalúa la factibilidad de que sea posible construir un hotel de acuerdo con la tipología indicada (cinco estrellas) en el departamento de Amazonas, específicamente en la ciudad de Chachapoyas, asimismo, que es viable realizar una inversión de este tipo con retornos positivos en un mediano plazo.

De lo señalado y realizado en la presente investigación, se obtienen resultados positivos por lo que la idea de este tipo de negocio resulta ser rentable financiera y económicamente.

El trabajo realizado consideró el uso de datos de fuente primaria y secundaria, en el caso del primero sirvió para el cálculo de indicadores (ratios) económicos y financieros, así como también para el cálculo de la demanda y oferta del servicio. En el caso del segundo, fueron extraídos desde internet para la presentación de la situación actual de la oferta en la zona.

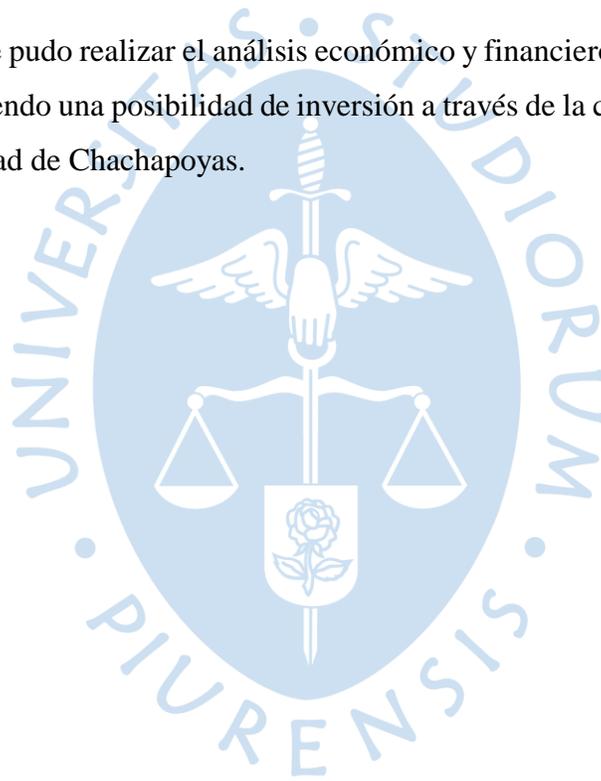
El trabajo consistió en explicar de manera detallada la situación actual de la zona (lugares turísticos y zonas comerciales), así como las características de los ofertantes actuales de servicios similares.

Con este trabajo, se pretende demostrar a posibles inversionistas que es viable realizar proyectos en la ciudad de Chachapoyas, para obtener una fuente de recursos, así como contribuir a promover el turismo vivencial en el país, similar a otros países del continente.

En general, durante el desarrollo de la investigación, no se encontraron limitaciones que pudieran afectar la elaboración de este trabajo.

Se desarrollaron siete (07) capítulos, siendo el primero referido a los antecedentes; el segundo corresponde al análisis estratégico del sector turismo en Perú; el tercero considera el Plan Estratégico de la idea propuesta; el cuarto capítulo desarrolla el diagnóstico del mercado; por otro lado, el quinto comprende el plan de acción; el sexto como penúltimo capítulo, considera el análisis del estudio técnico; finalmente, el séptimo contiene el estudio económico y financiero.

Por consiguiente, se pudo realizar el análisis económico y financiero, asimismo, los resultados fueron positivos, siendo una posibilidad de inversión a través de la construcción de hotel cinco estrellas, en la ciudad de Chachapoyas.



CAPÍTULO 1: ANTECEDENTES

1.1. Definición del Negocio

Los constantes cambios sociales y culturales han generado nuevas vivencias sobre las actividades afines al ocio, considerándose ahora actividades necesarias y ya no de lujo. Ello emana nuevos matices en las actividades del turismo actual. Nuestro país es un escenario amplio y rico en cultura, para ejercer el turismo alternativo, potenciándose con el incremento de visitantes en el Perú.

El turismo va evolucionando en el transcurrir del tiempo, por ello es que cambian las preferencias por visitar lugares con distintas culturas, paisajes, historia, entre otros. Ello ha creado tipos de turismo, que se concentran en diversos intereses, como: actividades propias al entorno natural, vivencia de emociones, experimentación con culturas ancestrales auténticas, entre otros. Nuestra visión es la integración de los diversos tipos de turismo, proponiendo una experiencia auténtica y diferente que logre atender estos sectores, enriqueciéndose del potencial cultural que posee nuestro país como destino turístico. Es en este sentido que nace la idea de las casitas, ofreciendo como oportunidad la atención al turismo no convencional en una ciudad con un paraíso mágico en Chachapoyas.

Asimismo, es preciso ofrecer un valor agregado al turista convencional, es decir algo que pueda distinguir el hospedarse en una ciudad y no solo conozca su cultura, sino que se sienta como en casa con la mayor relajación posible. Considerando puntos importantes como: el contacto con la naturaleza y la alineación a la eficiencia del medio ambiente, como preferencias muy preciadas por turistas del segmento a dirigir el proyecto, viajeros que se desarrollan en un ambiente en armonía con la naturaleza. Dentro de las casitas se desarrollarán actividades que cumplan las expectativas del público objetivo, y que mantengan el equilibrio natural, como son el birdwatching, la expectación de orquídeas sembradas en la huerta de cada casita, el nature trekking, la pesca tradicional en lagunas, entre otros.

La visión es cambiar la perspectiva que tienen los turistas hoy en día, ofreciéndoles nuevos prototipos del turismo, con infraestructura, actividades y servicios que superen sus expectativas, llevando sus experiencias a su máximo nivel, siendo vivencias únicas y

auténticas, deleitándose de las maravillas que ofrece nuestra naturaleza y deportes de aventura que podrán practicar. Así como también la posibilidad de vivir una experiencia con las comunidades cercanas al hospedaje, interrelacionándose con ellos, experimentando la vida que ellos tienen día a día, con emociones incomparables y llevándose recuerdos inolvidables, para ello se brindará un servicio de transporte el cual incluirá los viajes de ida y retorno desde el hospedaje.

El turismo en el Perú, está marcado con un porcentaje significativo por un turismo vivencial, en donde los turistas que nos visitan buscan la convivencia con las comunidades receptoras, aprendiendo sus hábitos y costumbres, sin embargo el otro porcentaje se inclinan con un turismo esplendoroso, buscando experiencias inigualables, con la mayor calidad y eficiencia en el servicio, donde lo presupuestado termina siendo algo secundario cuando organizan las vacaciones soñadas, perfilándose como clientes fieles al producto y servicio, porque se acostumbran al hospedaje, el lugar, la naturaleza, el servicio de lujo que se brinda.

La ciudad de Chachapoyas ofrece hospedajes, como hoteles, hostales y/o casitas de hospedaje, y turismo, con atracciones como sus construcciones pétreas, templos, fortalezas, andenes, tumbas, cerámicas y ciudades dan testimonio del gran avance alcanzado por esta civilización (Gotolatin, 2004), citando ejemplos de lugares turísticos: el poblado de Huancas, la ciudad de Lámud, la Fortaleza de Kuélap, la Provincia de Rodríguez de Mendoza, la laguna de Pomacochas, la laguna de los Cóndores y los circuitos de Cataratas de la zona.

Se propone un proyecto a la medida y con valor agregado, denominada “Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida”, en la cual se podría atraer la atención de los clientes que visitan seguido la ciudad de Chachapoyas, por ende, Amazonas y sus lugares turísticos.

El público objetivo se enfoca en el turismo de lujo que cuida hasta el más mínimo detalle al momento de comprar un paquete turístico, buscando disfrutar al máximo cada servicio y actividades incluidas, siendo la clave de ello, la sensación de exclusividad que cada cliente experimenta con el producto y servicio a muy alto nivel, con el personal idóneo que se esmere en atender todas sus peticiones.

Esta zona turística ofrece una excelente oportunidad para descansar y reflexionar rodeado de la belleza y tranquilidad de los paisajes y beneficios naturales, disfrutando además de las actividades que se puedan ofrecer.

“Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida”, será diseñado con el fin de transportarnos en el tiempo en el que los placeres sencillos eran los que más se disfrutaban en la vida, con productos alimenticios cultivados en sembríos de la zona, específicamente dentro de la propiedad y el agua es extraída de manantiales cercanos, así como los diferentes servicios dentro de las mismas como biblioteca, piscina, huerto. Las casitas de hospedaje además ofrecen el lujo que buscan los turistas hoy en día, buscando lo que se merecen y rodeados de un ambiente natural; para quienes busquen escapar del mundo, smog de la ciudad, un descanso de ajetreados itinerarios alrededor del país, o simplemente una lujosa base para explorar las maravillas turísticas ya mencionadas, resaltando las Cataratas de Gocta, siendo éstas la tercera más grande a nivel mundial, con 771 metros.

1.2. Definición del Nombre Comercial y la Razón Social

Nombre Comercial: “Chachapoyas Resort: una experiencia espléndida”.

Razón Social: Chachapoyas Resort EIRL



CAPÍTULO 2: ANÁLISIS ESTRATÉGICO DEL SECTOR TURISMO EN EL PERÚ

El análisis estratégico brinda una trazabilidad que inicia desde la presentación del horizonte hacia donde apunta el turista extranjero en el Perú, hasta un análisis exhaustivo y detallado en el departamento de Amazonas, lugar donde se busca realizar la construcción de las casitas de hospedaje. Finalizando el capítulo con el análisis FODA que complementa el análisis.

El sector turismo en el Perú, se posiciona como la tercera industria más grande, luego de la pesca y la minería. El turismo en nuestro país engloba monumentos arqueológicos, ecoturismo en la amazonia peruana, el turismo cultural en las ciudades coloniales, turismo gastronómico, turismo de aventura y turismo de playa (Scheler, 2018). El Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (Mincetur) señala que el crecimiento del turismo en Perú es tres veces la expansión promedio mundial, por lo que existe la expectativa de recibir a cinco millones de turistas en el 2021 (Diario Gestión, 2013).

El origen de la mayor parte de turistas en el Perú es: Estados Unidos, Argentina, Reino Unido, Chile, Brasil, Alemania, Francia, Canadá, Italia, España, y el índice de satisfacción de los turistas después de visitar el Perú es 94% (Banda Tantaleán & de los Santos, 2015).

2.1. Análisis del entorno empresarial

El análisis que se llevará a cabo dentro del entorno empresarial empleará un análisis macroambiental para establecer el escenario que vive el turismo extranjero en el Perú, remarcando los aspectos más importantes como el demográfico, económico, social y cultural.

2.1.1. Análisis Demográfico

El turismo receptivo mundial incrementa participación y relevancia con un 4% en el 2014 pese a que las condiciones económicas no favorecieron algunos mercados emisores.

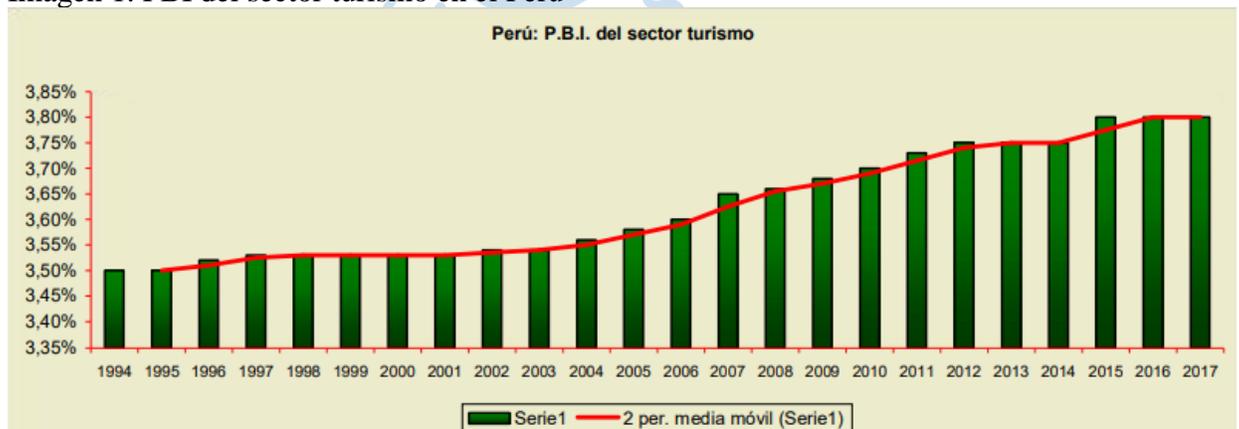
Sudamérica registró un incremento del 5.5%. En Latinoamérica, la competencia más fuerte del Perú sigue siendo México, Argentina, Chile y Brasil. Las llegadas de turistas extranjeros se incrementaron 1.4% del 2013 al 2014. Dentro de los cuales como estadística se tiene que de cada 10 turistas que visitan el Perú, 6 son hombres y 4 mujeres, 4 de ellos tienen ingresos anuales de US\$ 40,000.00 a más, el 70% tiene 25 y 34 años de edad y el 50% viaja con sus parejas y cuyo motivo de viaje es en su mayoría vacaciones y adquiriendo un paquete turístico (PROMPERU, 2018).

2.1.2. Análisis Económico

El análisis antecesor de la economía en el Perú indica que estamos pasando por un buen momento de sostenibilidad. El PBI refleja índices en los últimos 5 años que han sido superiores a 3%, empezando la recuperación en el 2011 con un 3.73%. Respecto a la inflación se ha ido incrementando del 2013 con 2.9% a 3.2% en el 2014, y el año 2015 con un 4.4%, luego para el 2016 baja a 3.2% y cierra el 2017 con 1.4% se estima que en los próximos años mejore.

El PBI del sector turismo en los últimos años muestra una participación en la generación de riqueza del Perú del 3,80%.

Imagen 1. PBI del sector turismo en el Perú



Fuente: BADATUR – OTP, INEI

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Tabla 1. Participación porcentual PBI del sector turismo en el Perú

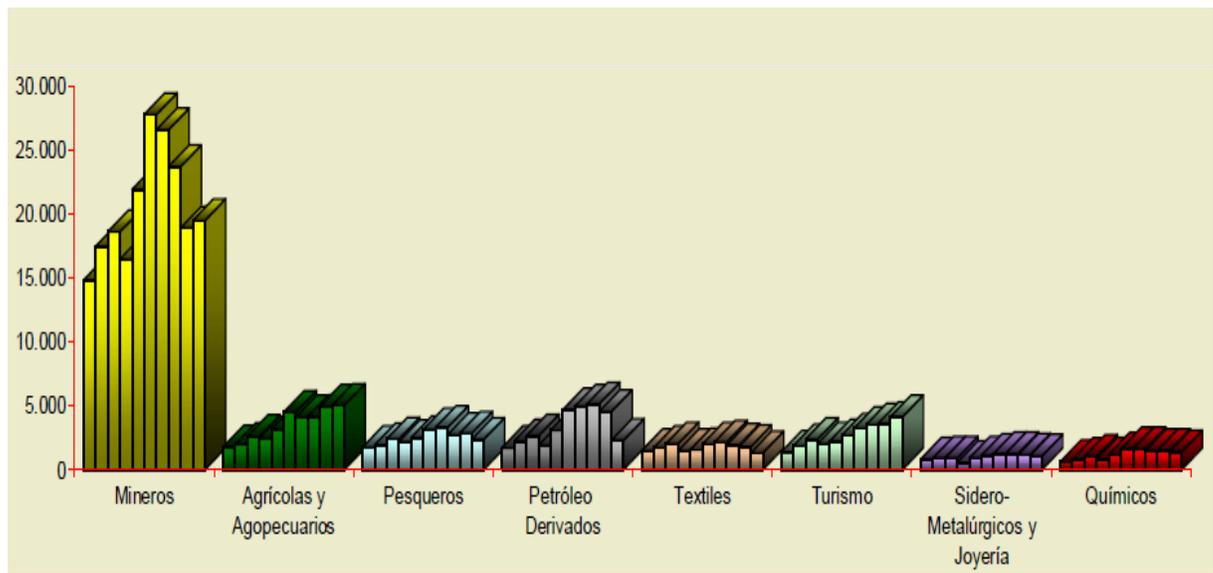
Perú: PBI del sector turismo			
Año	PBI del sector turismo (en miles de nuevos soles constantes, año base 2007)	PBI (en miles de nuevos soles constantes)	Participación porcentual en el PBI
1994	6.371,540	182.044,000	3,50%
1995	6.843,760	195.536,000	3,50%
1996	7.075,517	201.009,000	3,52%
1997	7,555,188	214.028,000	3,53%
1998	7,525.607	213.190,000	3,53%
1999	7,638.108	216.377,000	3,53%
2000	7,843.907	222.207,000	3,53%
2001	7,892.374	223.580,000	3,53%
2002	8,346.364	235.773,000	3,54%
2003	8,693.992	245.593,000	3,54%
2004	9,176.612	257.770,000	3,56%
2005	9,808.162	273.971,000	3,58%
2006	10,605.528	294.598,000	3,60%
2007	11,668.795	319.693,000	3,65%
2008	12,768.642	348.870,000	3,66%
2009	12,979.102	352.693,000	3,68%
2010	14,089.970	380.810,000	3,70%
2011	15,153.349	406.256,000	3,73%
2012	16,169,963	431.199,000	3,75%
2013	17,116.313	456.435,000	3,75%
2014	17,523.000	467.280,000	3,75%
2015	18,333.974	482.473,000	3,80%
2016	19,058.406	501,537.00	3,80%
2017	19,515.808	513,573.888	3,80%

Fuente: BADATUR – OTP, INEI

Elaboración: Observatorio Turístico del Perú

Tal es así que durante el 2015 el sector turismo ha recuperado el sitial (tercer lugar) entre ellos los principales generadores de divisas del país. Al 2021 podría ser el segundo sector más importante de la economía peruana (Diario Gestión, 2013).

Imagen 2. Principales productos y servicios generadores de divisas en el Perú



Fuente: BCRP

Tabla 2. Principales productos y servicios generadores de divisas (millones de dólares)

Año	Mineros	Agrícolas y Agropecuarios	Pesqueros	Petróleo Derivados	Textiles	Turismo	Sidero-Metalúrgicos y Joyería	Químicos
2006	14.851	1.785	1.763	1.713	1.469	1.383	829	601
2007	17.493	1.963	1.954	2.248	1.730	1.854	907	803
2008	18.656	2.597	2.413	2.663	2.018	2.380	908	1.041
2009	16.508	2.456	2.200	1.894	1.492	2.015	560	837
2010	21.974	3.165	2.526	3.088	1.558	2.242	918	1.223
2011	27.849	4.503	3.146	4.704	1.986	2.695	1.128	1.645
2012	26.637	4.122	3.302	4.959	2.157	3.240	1.253	1.624
2013	23.750	4.181	2.724	5.148	1.919	3.514	1.264	1.495
2014	18.950	4.976	2.877	4.559	1.795	3.621	1.145	1.509
2015	19.529	5.054	2.369	2.301	1.324	4.140	1.075	1.393

Fuente: BCRP

2.1.3. Análisis social

El Perú posee un abanico turístico alternativo amplio que no está desarrollado en su totalidad, esto debido a falta de iniciativa del gobierno y facilidades para desarrollar diversas actividades, así como el desinterés mostrado por los operadores del turismo sin embargo son opiniones que existen actualmente. Lo cierto es que para el turismo alternativo

nunca existió un plan de desarrollo serio y visionario por ningún sector ni privado ni público.

2.2. Análisis de la industria

La estructura de la industria se vale del análisis del poder de negociación de los clientes, proveedores y el ingreso de productos sustitutos.

2.2.1. Poder de Negociación de los Clientes

Nuestro principal cliente son las agencias de viaje, dado que son un elemento clave de la actividad turística, ellas definen la imagen del destino a visitar presentando un producto de calidad como lo exigen turistas. En este sentido las agencias juegan un papel importante en el proceso de distribución el cual definen como el proceso de transacciones comerciales entre entidades del sector turístico y entre éstas y los clientes finales, que pueden realizarse de manera directa o a través de canales de distribución. Desde lo más tradicional, los prestatarios (hoteleros, etc.), turoperadores, agencias minoristas, clientes finales, hasta la posibilidad de tener un sitio WEB de comercio electrónico que acerca realmente a los clientes finales, tanto nacionales como extranjeros.

2.2.2. Poder de Negociación de los Proveedores

Los proveedores de bienes y servicios están disponibles y no se ha detectado alguno con el que se puedan tener restricciones. Dentro de los principales proveedores, tendríamos al personal administrativo, personal de limpieza, personal que abastezca los huertos, asee los caballos, personal de la zona que pueda generar servicios para el hotel, que conlleven a una atención especializada con los turistas a los cuales se desea apuntar con la propuesta.

2.2.3. Amenaza de Ingreso de Productos Sustitutos

Los productos sustitutos son los productos que han sido creados para satisfacer cliente, no acentúa el valor en el servicio que se ofrece, no tiene ninguna categoría. Su evolución ha

tenido un incremento por su orientación, dado que no tienen una planificación, solo están en el mercado como una opción más con lo básico del producto y/o servicio que se ofrezca, dejando de lado lo importante que puede significar para el turista el valor agregado en el servicio que se espera. Por ejemplo, cerca de la Plaza de Armas de Chachapoyas existen varios hoteles que son casas coloniales y han sido acondicionados para una posada u hotel, pero ninguno de la categoría de las casitas del presente proyecto. En marzo del 2017, se inauguró el teleférico de Kuélap y transportó un aproximado de dos mil turistas en los primeros 5 días de su inauguración. Este teleférico forma parte del primer sistema de telecabinas del Perú. En total, el Mincetur ha invertido, a través de su entidad ejecutora Plan Copesco Nacional, US\$21 millones, bajo la modalidad de asociación público-privada (APP). El consorcio Telecabinas Kuélap, integrado por una empresa francesa y otra peruana, invertirá unos US\$79 millones en instalar el moderno sistema de transporte. La concesión es de veinte años e incluye la operación y mantenimiento de la infraestructura (Diario el Comercio, 2016). Esto general un gran impacto social y económico que tendrá el teleférico en la región Amazonas. Asimismo, se potenciará el turismo nacional y extranjero a través de “un sistema moderno de transporte que no solo será más efectivo en el tiempo, sino más seguro por los efectos que ocasionan las lluvias en la carretera”. Ello implicaría que muchas cadenas de hoteles nacionales ingresen a promover el turismo de la Región, tal es así que podrían generar los productos sustitutos.

2.2.4. Competencia del sector

Actualmente no existe competencia directa para el proyecto que se propone, un hotel de lujo de 4 estrellas, dado que en Chachapoyas solo encontramos hoteles 3 estrellas y de menores categorías, por ello este sería un proyecto que tendría una acogida y atracción principal del resto de hospedajes dentro de la ciudad.

2.2.5. Análisis de las barreras de entrada y salida

Dentro de las barreras de entrada y salida, tenemos las marcas ya posicionada en el sector turismo a nivel nacional, como Casa Andina, Costa del Sol, entre otras que se vienen posicionando en más ciudades conforme encuentren el nicho de mercado adecuado, el

proyecto estaría en marcha en el 2018, se estima que no tenemos barreras de entrada y salida puesto que este proyecto sería el primero de esa línea de negocio.

2.2.6. Análisis FODA

Fortalezas:

- La legitimidad de las vivencias, hábitos, costumbres, y estilos de vida de los foráneos en Chachapoyas.
- La diversidad del hábitat natural de Chachapoyas es una atracción y novedad que siempre aprecian los turistas.
- La visión de prometer un producto y servicio que integre todo lo que los turistas buscan para una satisfacción plena, diseñando paquetes completos que establezcan el éxito a través de las diversidades.
- Las preferencias turísticas extranjeras, por el aprecio y valor agregado de los hospedajes con diferenciación en sus servicios, actividades e infraestructura como las técnicas de riego y siembra.
- El conocimiento de técnicas y herramientas de marketing en zonas locales, nacionales e internacionales, aporte del promotor del proyecto.

Oportunidades:

- Mercado de turismo de la zona en desarrollo.
- Alta demanda internacional de turismo peruano.
- Fusiones con otras organizaciones que brinden el servicio en el extranjero para aumentar el turismo en la zona y obtener más ganancias.
- Regulación de precios acordes a los costes de construcción de las Casitas.
- El Teleférico de Kuélap, ubicado en la región Amazonas. Será el primer sistema teleférico que operará en Perú y unirá a la Fortaleza de Kuélap (centro arqueológico preinca de la cultura Chachapoyas) con el pueblo de Nuevo Tingo en la ceja de selva del

departamento. Cruzará a 60 m sobre el río Tingo y cubrirá una distancia total de 4 kilómetros que serán recorridos en aproximadamente 15 minutos. Con una inversión proyectada de US\$ 21 millones, el sistema de telecabinas de 8 pasajeros cada una, transportará a 400 pasajeros por hora.

Debilidades:

- Faltan ingresos para aumentar nuevas tecnologías en la industria de Hospedajes.
- Uso de elementos y/o productos no certificados para la construcción de casitas.

Amenazas:

- Disminución de la demanda de turismo en la zona.
- Precios impuestos por las empresas demandantes de este producto.
- Recesión económica.
- El ingreso de nuevos operadores nacionales, como las cadenas de hoteles de Casa Andina, Costa del Sol, entre otras.

CAPÍTULO 3: PLAN ESTRATÉGICO

3.1. Misión y Visión

3.1.1. Visión

Posicionar el hospedaje como el líder en el mercado del turista electivo de Chachapoyas, resaltando principalmente la gestión de integrar e innovar productos y servicios de vanguardia, contribuyendo a la satisfacción y calidad de viaje de los turistas que visitan el departamento de Amazonas.

3.1.2. Misión

Ser una hostería dirigida al turista alternativo que ofrece una atractiva y encantadora calidad de vida en un ambiente idóneo y en sintonía con lo natural, ofreciendo una experiencia de vida que combine el placer del relajamiento, descanso y vivencias de la zona con el lujo de compartir productos alimenticios cultivados en un huerto dentro de la casita y el agua extraída de manantiales cercanos y además puedan realizar actividades como los deportes de aventura y afines, lo cual debe estar potenciándose siempre mejorando e innovando los servicios.

3.2. Objetivos Financieros y Estratégicos

Dentro del plan de negocios se detallan estrategias que sitúan el panorama financiero y estratégico. Cuyo objetivo principal se dirige hacia el beneficio neto del turista, resaltando la satisfacción del viaje de principio a fin.

Los objetivos financieros son:

- Ingreso de 400 clientes en el primer año, siendo conservadores de hospedar un promedio de 35 a 40 turistas al mes, habiendo picos de escala con mayor % de visitas en meses donde no llueve por ejemplo.

- Visionar duplicar las ventas en el año 3, respecto al año de inicio, teniendo un 50% de crecimiento al siguiente año, y 25% al tercer año en adelante.
- Establecer un retorno de inversión del proyecto dentro de un plazo que no supere los 5 años.
- Obtener las mejores condiciones respecto al financiamiento adecuado que logre duplicar la capacidad durante los primeros 5 años
- Aumentar los márgenes de operación a ritmo progresivo con una proyección del 5% anual.

Los objetivos estratégicos son:

- Para el cierre del año 3, se consiga una participación del 15% del mercado objetivo.
- Garantizar y asegurar la calidad en el nivel de servicio e infraestructura ofrecida.
- Mejora continua del producto y servicio ofrecido, adaptándose a las nuevas tendencias que aparecen a diario.
- Construir alianzas con los principales stakeholders del turismo en Chachapoyas, es decir con las principales agencias de turismo para establecer una buena relación comercial y convertirse en un socio estratégico y poder generar buenos ingresos.

CAPÍTULO 4: DIAGNÓSTICO DE MERCADO

4.1. Perfil del Cliente Objetivo

Nuestro servicio está orientado a una persona y/o grupos de personas que se hospeden con la finalidad de obtener privacidad, exclusividad, tranquilidad e innovación, y que además realicen turismo y estén familiarizados con la naturaleza, y conocer reservas naturales nuevas que han sido descubiertas recientemente como las Cataratas de Yumbilla y Gocta, que forman parte de la 3ª y 4ª más alta del mundo.

Según el estudio de mercado realizado por Prom Perú llamado Perfil del Turista Extranjero, se tiene que las principales razones que motivaron la visita del turista extranjero a nuestro país fueron: la amabilidad de la gente, la cultura, la belleza del país, la calidad del servicio, así como los atractivos turísticos, además siguen siendo claves las recomendaciones de familiares y amigos sobre la decisión de visitar nuestro país. Además de ello precisaron algunas recomendaciones para el servicio de Hospedaje como: el turista tiene que ser informado, mediante el Reglamento del Establecimiento de Hospedaje, el horario de atención que presta el servicio, desde el inicio y fin del día en el hospedaje y el detalle en los precios de lo que no se incluye en el servicio; los precios de los servicios contratados no podrán ser variados luego de realizada la reserva, salvo que se haya informado previamente que los mismos estaban sujetos a variaciones; si lleva objetos de valor a su viaje tales como: dinero en efectivo, joyas, cámaras y/o documentos importantes, entréguelos en custodia a la administración del establecimiento de hospedaje.

Y con respecto al turismo nacional, pues los estudios reflejan que la razón principal de los turistas nacionales en visitar las diferentes reservas turísticas nacionales son las visitas de algunas familias y/o amigos en dicha zona o localidad.

Los turistas extranjeros que nos han visita tiene un perfil de turista con las siguientes características: respecto al género son 61% varones y 39% mujeres, tienen una edad promedio del 41% entre 35 y 54 años y el 31% entre 25 y 34 años, el 43% de éstos perciben US\$ 40,000 o más como ingresos al año, su estadía promedio en nuestro país es 10 noches, gastan en promedio US\$ 992 sin incluir pasajes, su principal preferencia para hacer turismo

en el Perú es Machu Picchu, y el 62% de los turistas vienen por recreación u ocio, 15% por negocios, 23% por otros motivos.

Por otro lado el turista nacional, tiene un perfil de turista con las siguientes características: respecto al género son 55% varones y 45% mujeres, con edades promedio de 36 años, 60% con una pareja, y su estada mínima en alguna ciudad es de 6 noches, su gasto promedio es de S/. 498 en promedio y el motivo de su viaje en un 37% para descansar o relajarse, el 16% para salir con su familia y el 15% para conocer nuevos lugares.

4.2. Segmentación del Mercado Objetivo

4.2.1. Análisis de la demanda

Demanda histórica y presente

A continuación, se muestra el cuadro referente a la demanda histórica y presente del flujo de turistas nacionales e internacionales que visitaron Chachapoyas del año 2010 al 2015, con arribos a hospedajes de 3 estrellas, a partir de la proyección de datos obtenidos de fuentes tales como MINCETUR.

Tabla 3. Cantidad de turistas internacionales

Años	Turistas nacionales e internacionales
2010	4745
2011	4473
2012	7943
2013	6389
2014	7783
2015	8819

Fuente: DIGEMIN y MINCETUR

Variables que afectan a la demanda

A continuación, se analizan las principales variables que afectan la demanda como son:

- Ingresos: los ingresos constituyen una variable importante ya que, si aumentan los ingresos de nuestro público objetivo, por ende, los clientes aumentarán la cantidad

demandada de turismo de la zona, y con ello se cubriría los costos del producto y servicios.

- Precio del bien: esta variable está relacionada con los precios por los servicios: piscina, biblioteca, entre otros, los cuales pueden originar aumento o disminución del precio del hospedaje y por lo tanto, dependiendo de los ingresos de los consumidores, disminuirá, aumentará o se mantendrá igual el consumo de este bien.
- Preferencias o gustos del consumidor: si aumenta el gusto por el bien en estudio, aumentará la disponibilidad a pagar, por lo que también aumenta la demanda del turismo de la zona

Proyección de la Demanda

La proyección de la demanda de llegada de turistas al distrito de Chachapoyas se realizó teniendo como base el análisis de la demanda. Para la obtención de esta información se realizó lo siguiente, primero se halló la tasa de crecimiento:

Tabla 4. Tasa de crecimiento de la cantidad de turistas internacionales

Años	Flujo de Turistas Internacionales	Tasa de Crecimiento
2010	4745	-
2011	4473	0%
2012	7943	78%
2013	6389	0%
2014	7783	22%
2015	8819	13%

Fuente: Elaboración propia

Luego se proyectó para 5 años:

Tabla 5. Proyección de cantidad de turistas internacionales

Años	Fórmula	Demanda Proyectada
2016	$8819 (1+0.13)^1$	9 965
2017	$8819 (1+0.13)^2$	11 261
2018	$8819 (1+0.13)^3$	12 725
2019	$8819 (1+0.13)^4$	14 379
2020	$8819 (1+0.13)^5$	16 248

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Análisis de la oferta

Identificación de la competencia

A continuación, se muestra el cuadro referente a la oferta, presentada como el número de camas en Chachapoyas según la cantidad de turistas desde año 2010 al 2015, en hospedajes de 3 estrellas, asumiendo que cada turista ocuparía una cama cada uno, es decir, una cama por persona. A partir de la proyección de datos obtenidos de fuentes tales como el MINCETUR.

Tabla 6. N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas en Chachapoyas

Años	N° de Camas
2010	1 295
2011	1 333
2012	1 627
2013	1 784
2014	2 832
2015	3 256

Fuente: MINCETUR

Estructura del mercado

El mercado del servicio de hospedaje, especialmente en Amazonas, Chachapoyas y la Laguna de Pomacochas proyecta un crecimiento mesurado, debido a la demanda del turismo que éste tiene, debido a sus excelentes paisajes naturales y los hallazgos acerca de la 3ª y 4ª Catarata más altas del mundo como son: Gocta y Yumbilla. El tipo de mercado es de competencia imperfecta, porque existe una situación en la cual el mercado de su competencia, maneja la fijación de los precios, según la diferenciación del producto o servicio.

Análisis cuantitativo de la oferta

La oferta presentada como el número de camas en Amazonas según la cantidad de turistas desde año 2010 al 2015, en hospedajes de 3 estrellas, con datos obtenidos de

fuentes tales como el DIGEMIN Y MINCETUR. El promedio de la oferta entre 2010 y el 2015 de este servicio es de 407 camas. Asumiendo que cada turista ocuparía una cama cada uno, es decir, una cama por persona.

Tabla 7. Promedio del N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas en Chachapoyas

Años	N° de Camas
2010	1 295
2011	1 333
2012	1 627
2013	1 784
2014	2 832
2015	3 256
Promedio	2 021

Fuente: Elaboración propia

Proyección de la Oferta

La proyección de la oferta del servicio de hospedaje se realizó teniendo como base los datos del número de camas en la región Amazonas del 2010 – 2015.

Se realizó la tasa de crecimiento:

Tabla 8. Tasa de crecimiento del N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas

Años	N° de Camas	Tasa de Crecimiento
2010	1 295	
2011	1 333	3%
2012	1 627	22%
2013	1 784	10%
2014	2 832	59%
2015	3 256	15%

Fuente: Elaboración propia

Luego se proyectó para 5 años:

Tabla 9. Proyección N° de camas en los hospedajes de 3 estrellas

Años	Fórmula	Oferta Proyectada
2016	$3256 (1+0.22)^1$	3972
2017	$3256 (1+0.22)^2$	4846
2018	$3256 (1+0.22)^3$	5912
2019	$3256 (1+0.22)^4$	7213
2020	$3256 (1+0.22)^5$	8800

Fuente: Elaboración propia

4.3. Balance Demanda - Oferta

Para hallar el balance de la oferta y la demanda del servicio de hospedaje, se le resta a la demanda la oferta en los años 2010 - 2015, asumiendo que cada turista ocuparía una cama cada uno, es decir, una cama por persona.

Tabla 10. Balance entre Demanda-Oferta

Año	Oferta		Demanda		Balance
	Stock de camas	Noches-cama*	Turistas	Noches-Turista**	
2010	1295	116550	4745	18980	97570
2011	1333	119970	4473	17892	102078
2012	1627	146430	7943	31772	114658
2013	1784	160560	6389	25556	135004
2014	2832	254880	7783	31132	223748
2015	3256	293040	8819	35276	257764

* 90 días/año de temporada alta

** Un turista se queda en promedio 4 noches

Fuente: Elaboración propia

Balance Demanda – Oferta, proyectado a 5 años, asumiendo que cada turista ocuparía una cama cada uno, es decir, una cama por persona.

Tabla 11. Proyección del balance entre Demanda-Oferta

Año	Oferta		Demanda		Balance
	Stock de camas	Noches-cama*	Turistas	Noches-Turista**	
2016	3972	357480	9965	39860	317620
2017	4846	436140	11261	45044	391096
2018	5912	532080	12725	50900	481180
2019	7213	649170	14379	57516	591654
2020	8800	792000	16248	64992	727008
* 90 días/año de temporada alta					
** Un turista se queda en promedio 4 noches					

Fuente: Elaboración propia





CAPÍTULO 5: PLAN DE ACCIÓN

5.1. Plan de Marketing

Decisiones sobre servicio

El servicio que se brindará en el hospedaje, será un servicio A1, brindando a los huéspedes un lugar de relajamiento y tiempo para uno mismo, la zona es idónea para descansar y reflexionar rodeado de lo hermoso y fascinante del ambiente, paisajes y beneficios naturales. El hospedaje estará distribuido por habitaciones simples, dobles o matrimoniales, triples o familiares y bungalos, cada habitación contará con un frío bar, televisor, mesa de lectura, baño independiente y detalles por cada habitación según el tamaño.

Los bungalos y las habitaciones se encuentran distribuidas por toda la finca, ofreciendo intimidad y exclusividad. Éstas han sido cimentadas y adornadas pensando en la perfección natural esparcida a sus alrededores, situando a un mayor nivel el uso de materia prima de la zona, como muros de ladrillo y tejas naturales hechas a mano por pobladores de la zona. En todas las habitaciones se han instalado bellos pisos de piedra. Cada una tiene una terraza privada con vista a la ciudad de Chachapoyas, una piscina cálida, idónea para el relajamiento merecido por el turista luego de un día lleno de actividades en la zona. Las áreas por habitaciones con camas dobles o matrimoniales, están alrededor de 180 m² y 260 m². También contamos con un bungalow, de 218 m². Cada habitación está compuesta por un espacio independiente que conlleva al dormitorio y la sala-comedor. Aquí un sofá agradable frente a la chimenea con una mesita de centro con un jarrón de flores naturales de la zona. Los baños de lujo, con un lavamanos y jacuzzi en el interior y duchas al exterior que permiten remontar la experiencia natural en su máximo nivel, tomando un baño bajo el cielo abierto. Continuamos el recorrido hacia la biblioteca, que consta de un espacio con una laptop, ayudando a una mejor lectura de algún libro virtual o descargar las fotos de modo digital que suman día a día de nuestra preciada naturaleza.

Dentro de los principales atractivos turísticos en la región de Amazonas se encuentran: la Fortaleza de Kuelap, complejo arqueológico que tuvo una función política, religioso, administrativo y militar, cuyo periodo de fortalecimiento data de 500-1450dc,

aproximadamente toda la ciudadela está rodeada de una extensa muralla de un perímetro de 1900 m lineales; las cataratas de Gocta, Gocta es la tercera catarata más alta del mundo, debe su nombre a los pobladores de la zona, debido a la caída de sus aguas en forma de grandes gotas, tiene 771 metros en dos caídas muy verticales en épocas de lluvia (Noviembre – Julio) aumenta considerablemente su caudal; los sarcófagos de Karajia, por sus características arquitectónicas y decorativas pertenecen a la cultura Chachapoya, el sitio se compone principalmente de 06 Purunmachos o Sarcófagos pre-incas agrupados, 05 de los cuales se encuentran en mejor estado, alcanzan los 02 metros de alto y presentan forma antropomorfa. Cada sarcófago estaba destinado a sepultar a un solo individuo, el cual previamente era momificado, colocado en posición fetal o de cuclillas, envuelto con mantos de algodón formando un fardo y atado con cuerdas de junco o cabuya, para luego ser colocado mirando hacia el frente sobre un cuero de venado; las cavernas de Quiocta, la cuevas tienen una profundidad estimada de aproximadamente 600 metros, se ingresa por una gruta de aproximadamente 10 metros de alto por 20 de ancho; los mausoleos de Revash, se trata de un complejo funerario constituido por varias unidades de mausoleos o chullpas, que se encuentran adosadas al cerro se extienden unos contiguos de otros en forma lineal, eran moradas funerarias destinadas a servir de aposentos de enterramiento colectivo, tanto por su capacidad espacial como por los restos óseos que todavía se aprecian desparramados en algunos de ellos; el museo Leymebamba, inaugurado en Junio 2000, alberga las más de 200 momias y sus ofrendas funerarias, recuperadas en 1997 de la Laguna de los Cóndores mediante el proyecto arqueológico de emergencia dirigido por el Centro Mallqui; y la Laguna de los Cóndores, esta laguna tiene una dimensión de 3 km de largo y 1 km de ancho, sus aguas son de color negro de temperatura fría, existe vida ictiología y en sus alrededores abundante vegetación, se observa flora y fauna, además se presta para la pesca y paseos en bote, cabe mencionar que en los alrededores de la zona se han encontrado restos arqueológicos compuesto por seis mausoleos incas, presenta características arquitectónicas de la cultura de Chachapoyas y está decorada con pinturas rupestres (Silva, 2014).

Decisiones sobre precio

Las decisiones con respecto al precio se han establecido por los costos en los materiales para la construcción de las casitas de hospedaje, dando como único beneficiario el cliente o huésped que visitará Chachapoyas, buscando tranquilidad, relajación, paz y contacto con la naturaleza. Adicionalmente se ha evaluado la calidad de servicio, ubicación, comodidad de la habitación y competencia actual, los precios oscilarán de US\$ 300 a US\$ 500 por noche de acuerdo a cada tipo de habitación.

Decisiones sobre comunicación: Publicidad, promoción, etc.

Según el estudio de mercado de PromPerú denominado Perfil del Turista Extranjero, los turistas visitan el Perú por su belleza natural, la amabilidad de la gente, la cultura, la calidad en el servicio ofrecido, los atractivos turísticos y las recomendaciones de familiares y amigos. Se determinó que se debe combinar un canal directo e indirecto para la comercialización, dentro del canal directo tenemos: publicidad vía página web, con acceso desde cualquier parte del mundo a cualquier hora, pudiendo concretar una reserva; publicidad en un canal de televisión nacional, brindando un reportaje para información de turistas y la variedad de riqueza natural que tiene nuestro país; publicidad en el aeropuerto de Lima con puntos de venta que promocionen el hospedaje, como son medios impresos, como revistas especializadas en viajes, guías, libros, folletos, a través de éstos se transmite calidad del servicio, otorga reputación al anunciante, es de gran firmeza, manejable y pueden verlo varias personas, demanda una actitud activa, así como también se consultan en tiempo de ocio o descanso lo que provee la comunicación, también se pueden entregar a las agencias de viaje coagentes en la venta del hotel, para que se lo entreguen a sus clientes y sirva como soporte físico para ayudar a cerrar una venta. En cuanto a la comercialización a través de un canal indirecto, tenemos: las agencias de viaje, con distribución selectiva, ya que se trata de un producto con valor añadido y con un alto nivel de servicio y con un tipo de canal corto, donde es más fácil controlar que se cumplan con determinados estándares de calidad y hay una mayor colaboración. Para las agencias de viaje, la propuesta es tomar acuerdos con aquellas que tengan mayor popularidad de marca, una imagen auténtica entre

la gente, creando un sistema de incentivos con las agencias colaboradoras: incentivos económicos mensuales, se le entregará a cada agencia el 8 a 10% del precio total de ventas que haya realizado; incentivos en especie, si superan por ejemplo la venta de 10 habitaciones en un mes se les regala una estancia de un fin de semana con un acompañante, para que lo disfruten y vivan el servicio. Si se supera la venta de 20 habitaciones en un mes, además de la estancia tienen derecho a participar gratuitamente en una actividad que elijan, junto con un acompañante. Si prefieren acumular el número de ventas y llegan a 50 en 06 meses o 100 durante el año, se les regala una estancia de una semana con un acompañante o regalársela a alguien cercano. Este tipo de incentivos además de motivar al personal de las agencias a vender el hotel, sirve como viaje de familiarización, y ayuda a la promoción del mismo, ya que al vivir directamente el servicio que ofrece y compartir una estancia agradable, lo transmitirán con más detalles y más entusiasmo. Otro medio optativo es suscribirse a las páginas web como booking.com, trivago.com, despegar.com, entre otras, utilizando estos *sites*, se garantiza un mayor volumen de reservas, ya que hoy en día este canal es utilizado por mucha gente.

Se estima un costo aproximado de S/. 50,000.00 anuales donde se incluye el siguiente detalle: publicidad en canal de televisión nacional por S/. 10,000.00, publicidad en página web por S/. 4,000.00, publicidad con banners y avisos en el aeropuerto por S/. 18,000.00, y publicidad con las agencias de viaje también por S/. 18,000.00.

Factores que influyen en el precio

Los factores que influyen en el precio de ofertar casitas de hospedaje son:

- a. Cantidad demandada de hospedajes en Chachapoyas: el cual interviene de manera directa debido a que, si la demanda de este servicio disminuye, los demás hospedajes deberán disminuir el precio del servicio, para así poder obtener dinero en vez de mantener el servicio sin tener ningún huésped.

- b. Estrategia de Marketing: lo cual significa generar un plan de marketing con estrategias que contemplen la estructura de precios, la distribución, los servicios, las promociones y el mercado objetivo del servicio.
- c. Consideraciones de la organización: dicho factor está referido a las consideraciones de la organización llámense políticas de descuentos, ofertas, servicios incluidos, tours y comisiones.
- d. Competencia: la cual si aumenta originaría que se nivelen los precios para poder competir, pero teniendo en cuenta los precios que los demás competidores ofrezcan por un servicio similar.
- e. Costos de los insumos para la construcción del hospedaje: estos originan un aumento de precios o disminución, teniendo en cuenta que los costos incurridos en la compra de estos insumos estén en relación con el precio del servicio a ofertar.
- f. Economía: la cual se tiene en cuenta por políticas económicas del país en el que habitamos, así como también el tipo de mercado objetivo que se tiene para poder ofrecer el producto.

Determinación del precio

El precio de hospedajes, de tres estrellas en Chachapoyas, asciende de S/ 100 y S/ 170 soles, tomando datos como referencia de pobladores de la zona y de los lugares visitados para el estudio. Sin embargo, es un precio muy bajo o barato para los se considerarán precios de zonas turísticas similares con las características de las Casitas en Chachapoyas. Dentro de éstas se encuentran las Casitas del Colca en Arequipa, con una esencia de refugio de paz natural y uno de los mejores hoteles de lujo de Suramérica según los World Travel Awards 2016, Las Casitas del Colca ofrecen un alojamiento de primer nivel en el Cañón del Colca, un espacio de relax, naturaleza y confort en medio de uno de los parajes más bellos del Perú. Diseñadas bajo el concepto de residencias sostenibles, estas casas de lujo en el Cañón del Colca son el lugar ideal para disfrutar de la vida al aire libre. Se vive una experiencia inolvidable reservando una de las 20 casitas que se ofrece en Colca con chimenea, piscina

exterior privada, restaurante, huerto, zonas infantiles. Los precios oscilan US\$ 300 a US\$ 500 la noche (Belmond, 2018).

Detallamos un análisis del Ministerio de Comercio Exterior, donde se indica que el gasto promedio de los turistas en el país ha crecido en 4% en los últimos 5 años, pese a que la economía mundial atraviesa una crisis económica y el gasto per cápita de este sector llega hasta US\$ 1,000. Si bien es cierto la crisis financiera ha afectado el turismo receptivo, el que se ha mantenido es el turismo de lujo, que está dirigido a los turistas de muy alto nivel económico, siendo este tipo de turistas los que pueden alojarse entre 03 y 07 días y pueden alcanzar un gasto per cápita de US\$ 1,000 diario que incluya hospedaje, alimentación y transporte y que buscan enriquecerse personal y espiritualmente ligado a la sensación de aventura, experiencias comunitarias y relax, entre otras, todo ello con acceso exclusivo y atención personalizada.

El precio se ha determinado, de acuerdo a los costos de los insumos para la construcción del hospedaje, y los servicios que se brindarían, teniendo como precio de cada casita de hospedaje en Chachapoyas, fluctuando en US\$ 300 a US\$ 500.

5.2. Organización

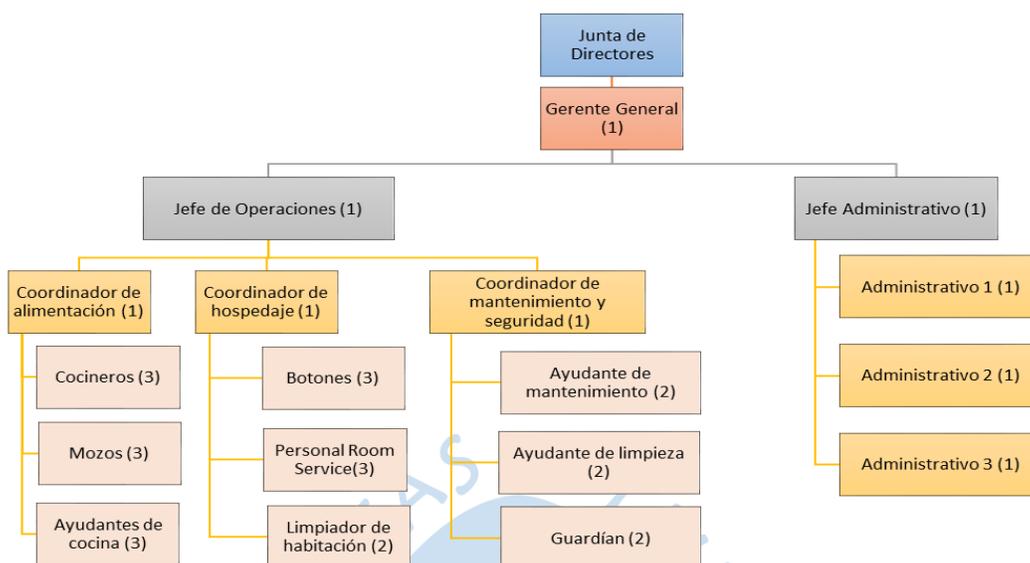
Tipo de empresa

La empresa a crear es una Empresa Individual de Responsabilidad Limitada denominada: “Chachapoyas Resort” E.I.R.L., ubicada en Chachapoyas desde donde se puede apreciar un mirador de toda la ciudad.

Organigrama

Las actividades realizadas dentro de la entidad son de perfil administrativo o de soporte de servicios ofrecidos, en este sentido, no hay mucha gente laborando dentro del lugar y por ende es digno seguir una estructura basada en funciones porque brinda líneas de soporte concretas, haciendo que las comunicaciones sean inmediatas y fluidas.

Imagen 3. Organigrama de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Funciones de los órganos

El conocer las funciones y requisitos mínimos para cada órgano y cargo de la empresa permitirá el logro de un desempeño empresarial eficiente y eficaz.

El croquis de las funciones específicas para cada recurso humano está orientado a certificar un nivel de servicio óptimo en la realización y en la retroalimentación de resultados, a continuación, se detalla las funciones a realizar cada uno.

- Gerente General: Representación procesal, supervisión de resultados, optimización de servicios, planificación de recursos, gestión de nuevos contratos con agencias. Costo de personal: S/. 3,500.00.
- Jefe de Operaciones: coordinación de la alimentación, hospedaje y mantenimiento, supervisión de plataforma de operaciones, manejo de accesos a sector central y abierto. Costo de personal: S/. 2,500.00.

- Jefe Administrativo: coordinación con agencias de viaje, manejo de relaciones públicas con visitantes, preparación de informes de indicadores de gestión. Costo de personal: S/. 2,500.00.
- Coordinador Alimentación: coordinar las necesidades de alimentación. Costo de personal: S/. 1,500.00.
- Coordinador Hospedaje: Coordinar las necesidades de hospedaje. Costo de personal: S/. 1,500.00.
- Coordinar Mantenimiento y Seguridad: Manejo de Almacén. Costo de personal: S/. 1,500.00.
- Administrativo: Recolectar data de gestión, atención de solicitudes de agencias de viaje y turistas, atención de problemas TI. Costo de personal: S/. 1,000.00 c/u.
- Ayudante de Cocina: cumplir indicaciones del cocinero, limpieza de cocina, lavado de platos. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Ayudante de mantenimiento: reparar maquinaria afectada, reparar mobiliario afectado, reparado general de instalaciones. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Mozo: registro de pedidos de comida, llevado de comida a mesa. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Botones/Mucamas: Cargado de maletas, limpieza total de cuartos. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Cocinero: cocinar pedidos solicitados, encargo de la cocina. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Asistente de limpieza/Conserje: limpieza de sectores central y abierto en su totalidad. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.
- Guardián: velar por la seguridad interna del establecimiento. Costo de personal: S/. 850.00 c/u.

CAPÍTULO 6: ESTUDIO TÉCNICO

6.1. Ubicación Física

Macrolocalización

Se encuentra localizado en el Departamento de Amazonas, región Chachapoyas. Las distancias a los principales atractivos turísticos, están a 45 minutos y 1.5 horas.

Microlocalización

Luego del análisis de los factores de localización, Chachapoyas Resort EIRL, se encontrará ubicado en la ciudad de Chachapoyas.

6.2. Factores de Localización

Entre los factores para la elección de la localización tenemos:

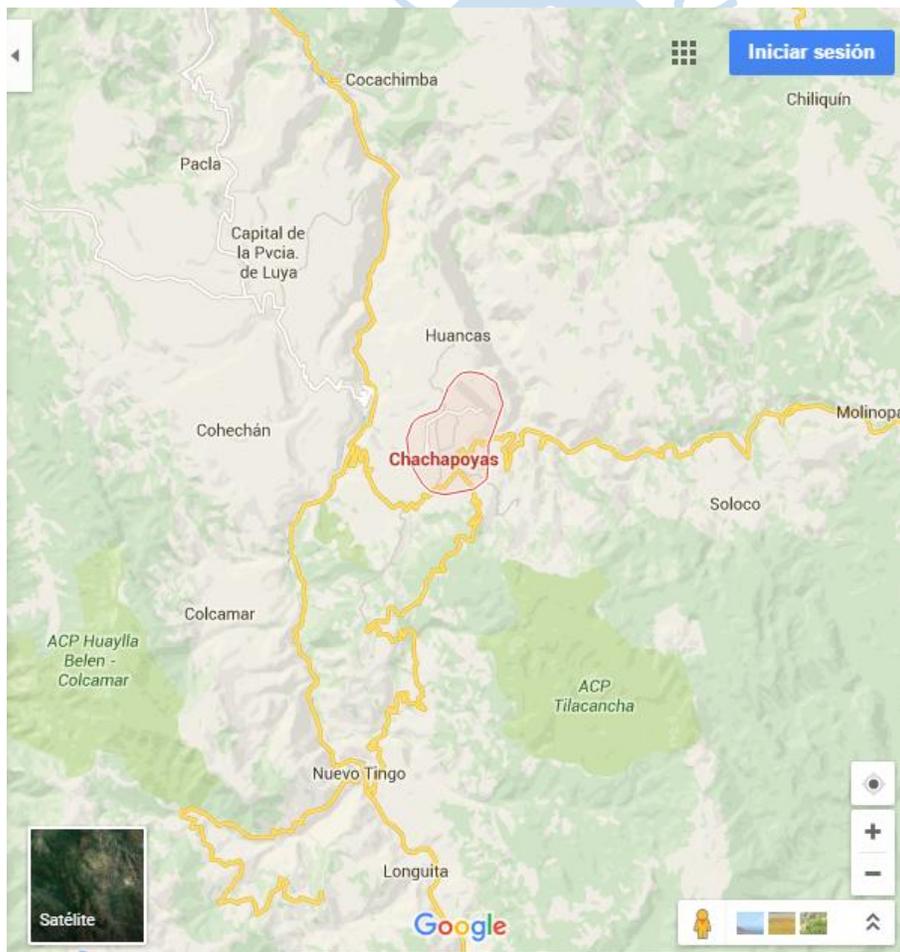
- Medios y costos de transporte, formando alianzas estratégicas con la agencias de tours para que este servicio esté incluido dentro de la estancia en el hospedaje.
- Disponibilidad y costo de mano de obra, se contaría con la participación de los campesinos de la ciudad incentivando el trabajo en la zona.
- Factores ambientales, el clima que se respira en la ciudad, ceja selva es un clima puro, con aclimatación inmediata de la zona y lugar.
- Cercanía del mercado objetivo, el turista, es un lugar alejado de la ciudad, donde se tiene pensado ofrecer tranquilidad con excelente vista y el mejor clima.
- Costo y disponibilidad de terrenos, debido a la distancia del centro de la ciudad a 15 min, los costos disminuyen para adquisición de terrenos.
- Disponibilidad de agua y energía y otros suministros, propios de la urbanización.
- Comunicación, bastante fluidez en la comunicación con antenas para ofrecer internet y contribuyamos a la tranquilidad del turista.

- Repercusiones en el desarrollo del turismo.
- Condiciones sociales y culturales.

6.3. Selección de la Localización

Según los factores de localización expuestos, tenemos como factor esencial el ambiente, se respira un aire puro y fresco, al igual que en las diversas zonas y reservas turísticas de la zona.

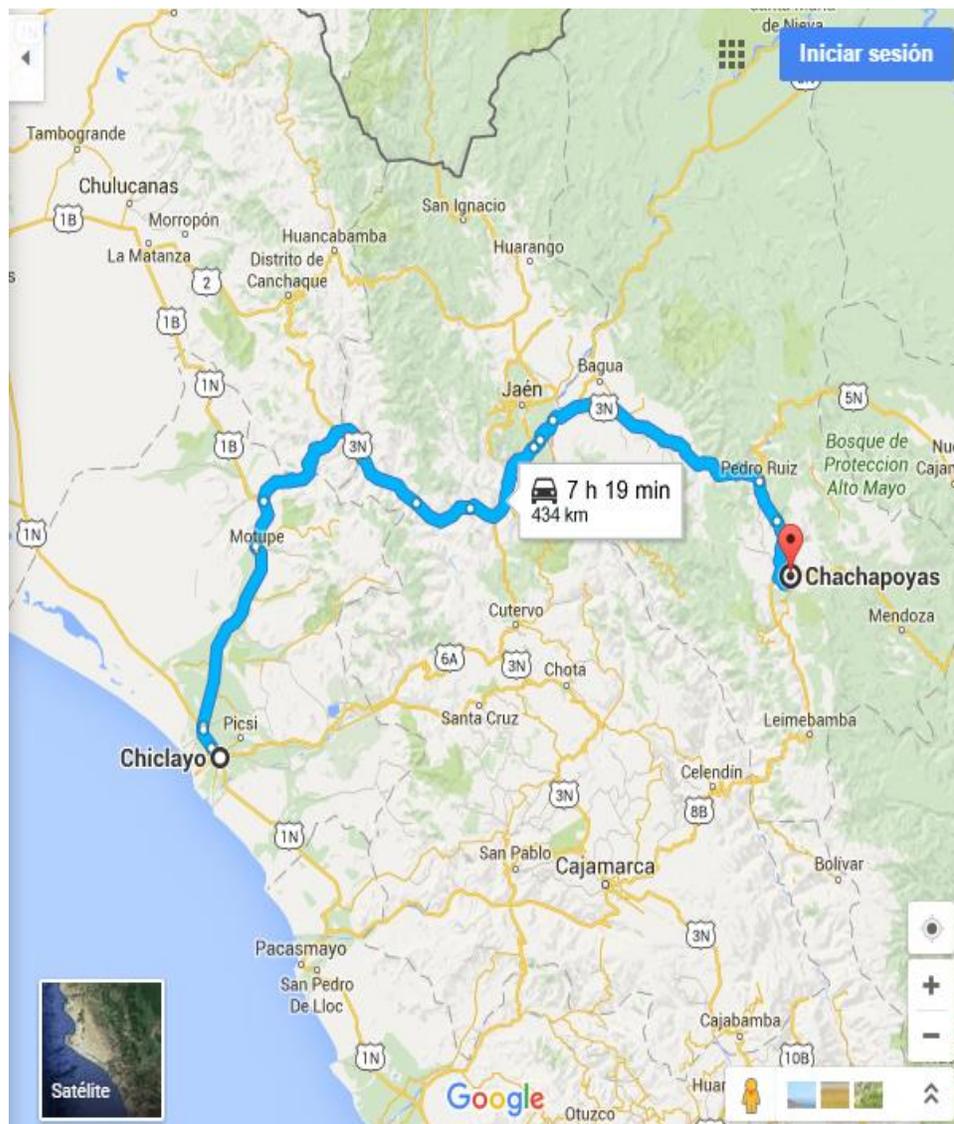
Imagen 4. Ubicación Chachapoyas, Amazonas



Fuente: Google Maps

Distancia desde Chiclayo: Aproximadamente 7.5 horas de recorrido, en un bus interprovincial con un costo S/. 30.00.

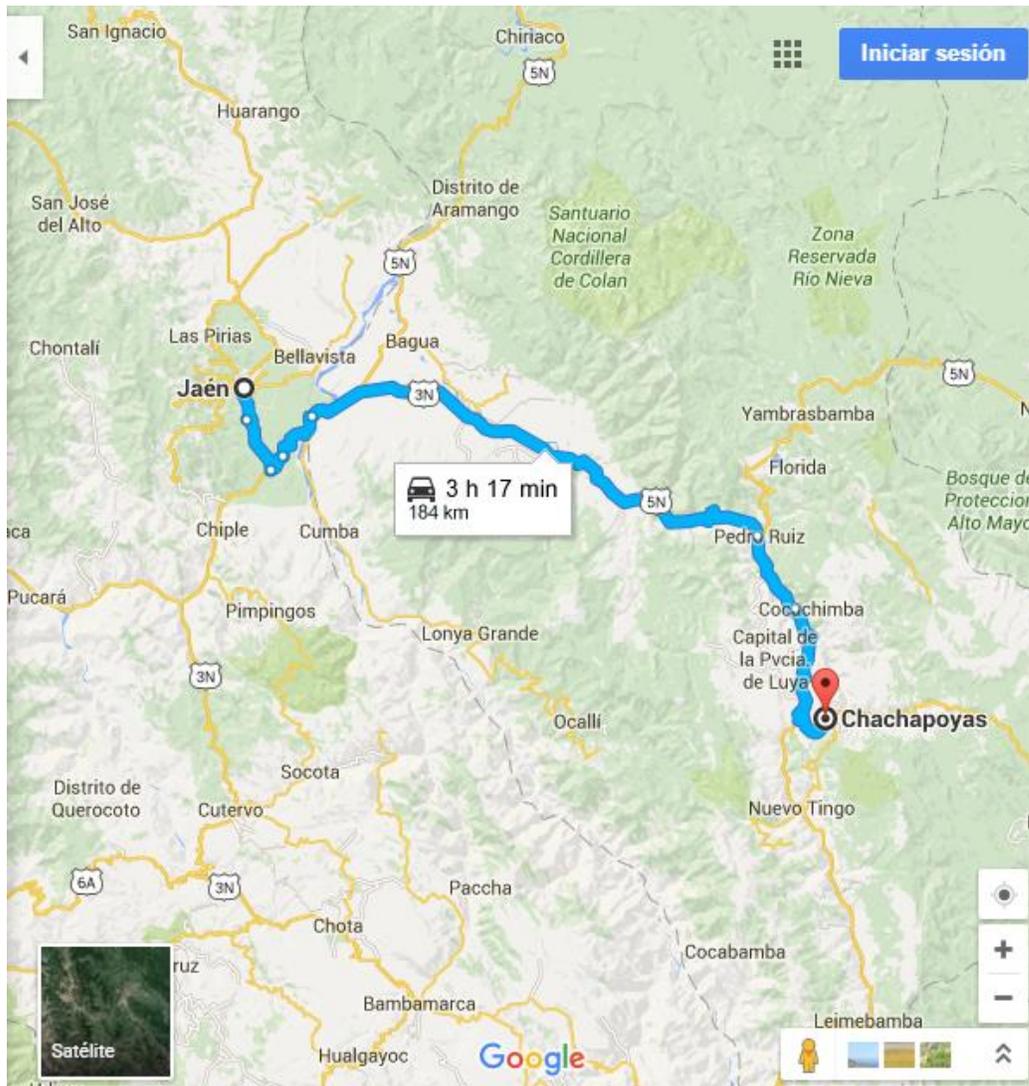
Imagen 5. Ruta hacia Chachapoyas desde Chiclayo



Fuente: Google Maps

Distancia desde Jaen: Aproximadamente 3.5 horas de recorrido, en un bus interprovincial con un costo S/. 30.00.

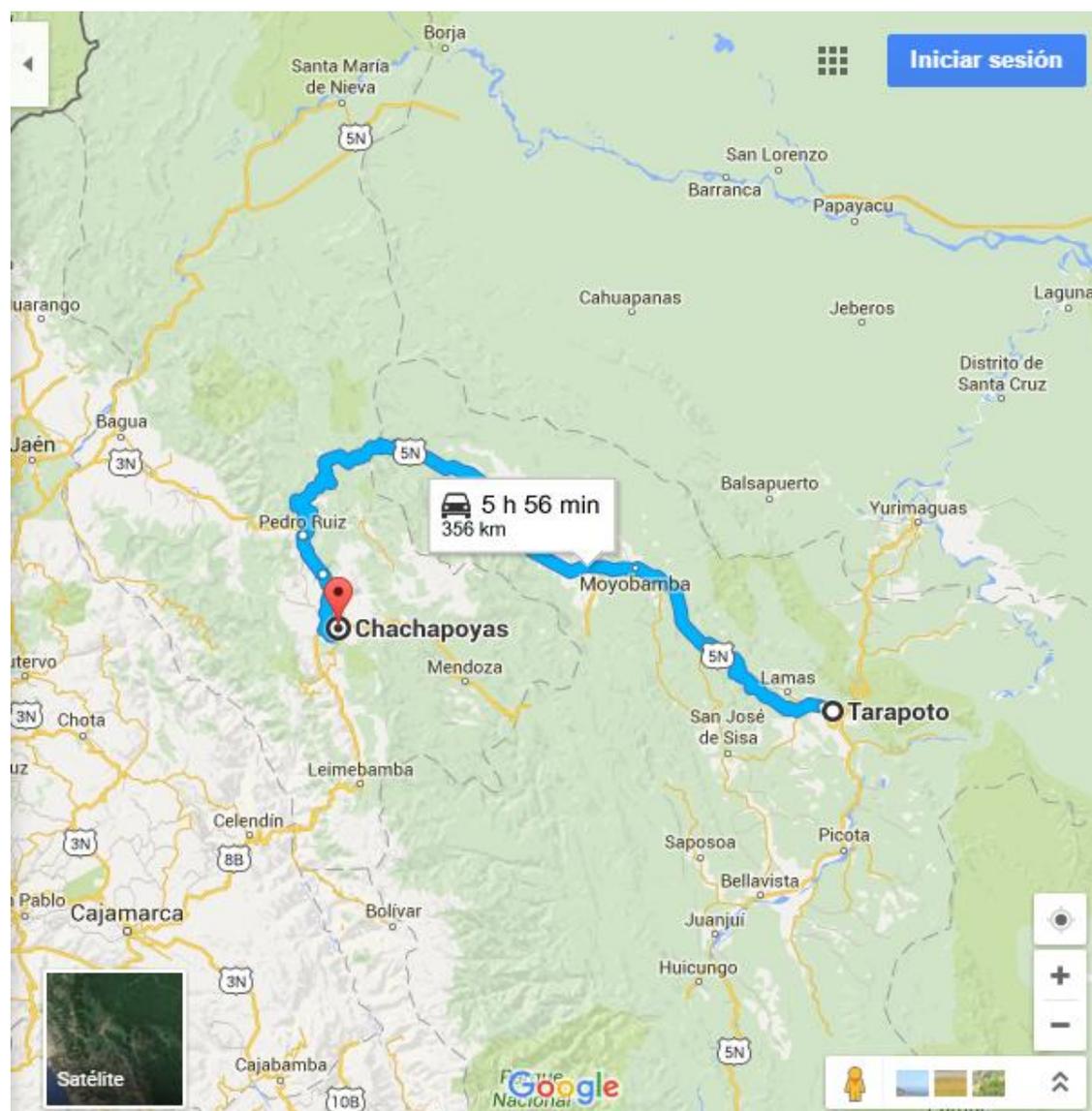
Imagen 6. Ruta hacia Chachapoyas desde Jaén



Fuente: Google Maps

Distancia desde Tarapoto: Aproximadamente 6 horas de recorrido, en un bus interprovincial con un costo S/. 40.00.

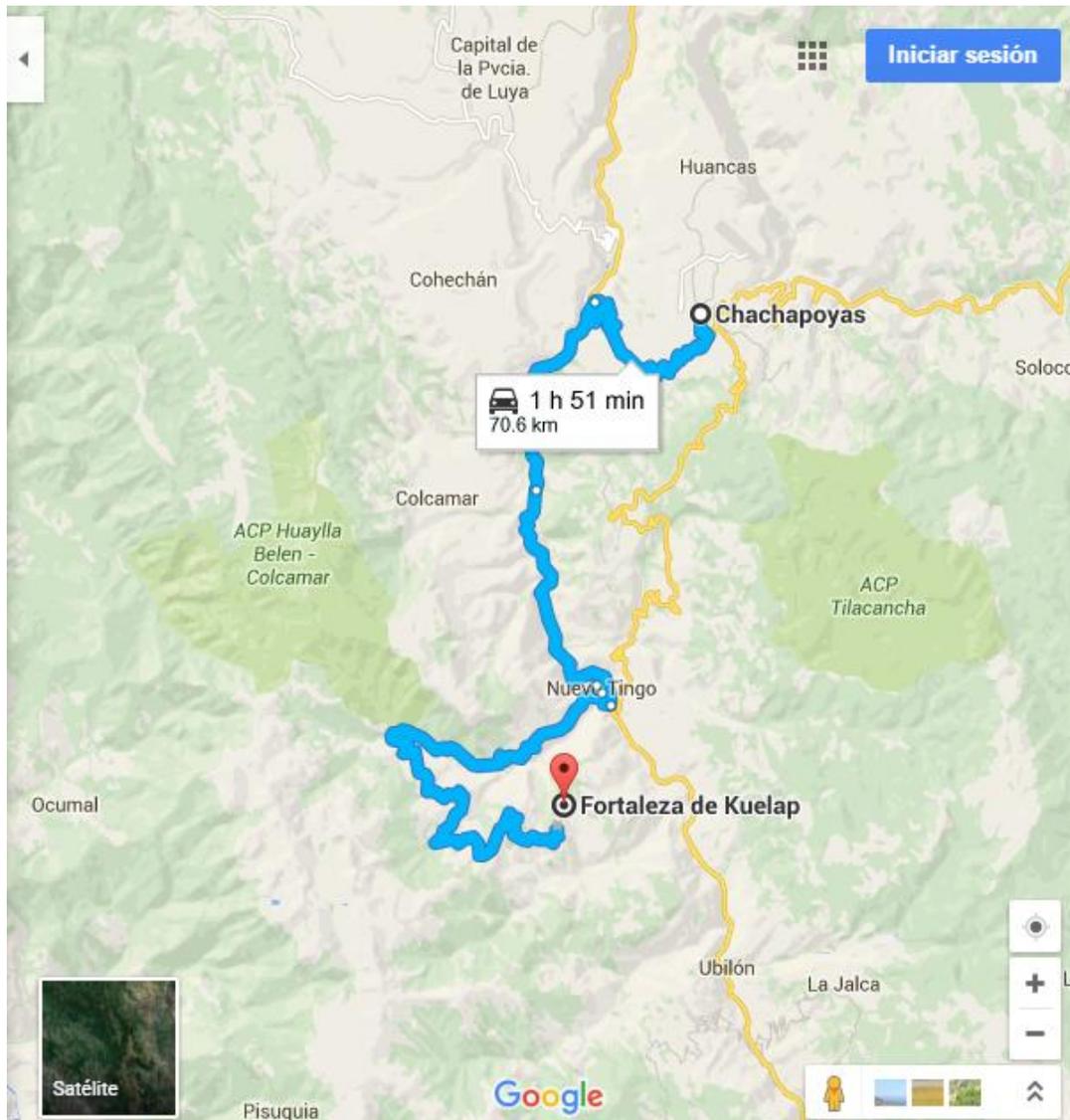
Imagen 7. Ruta hacia Chachapoyas desde Tarapoto



Fuente: Google Maps

Los principales atractivos turísticos de la ciudad de Chachapoyas: FORTALEZA DE KUELAP a 2 horas de recorrido aproximadamente.

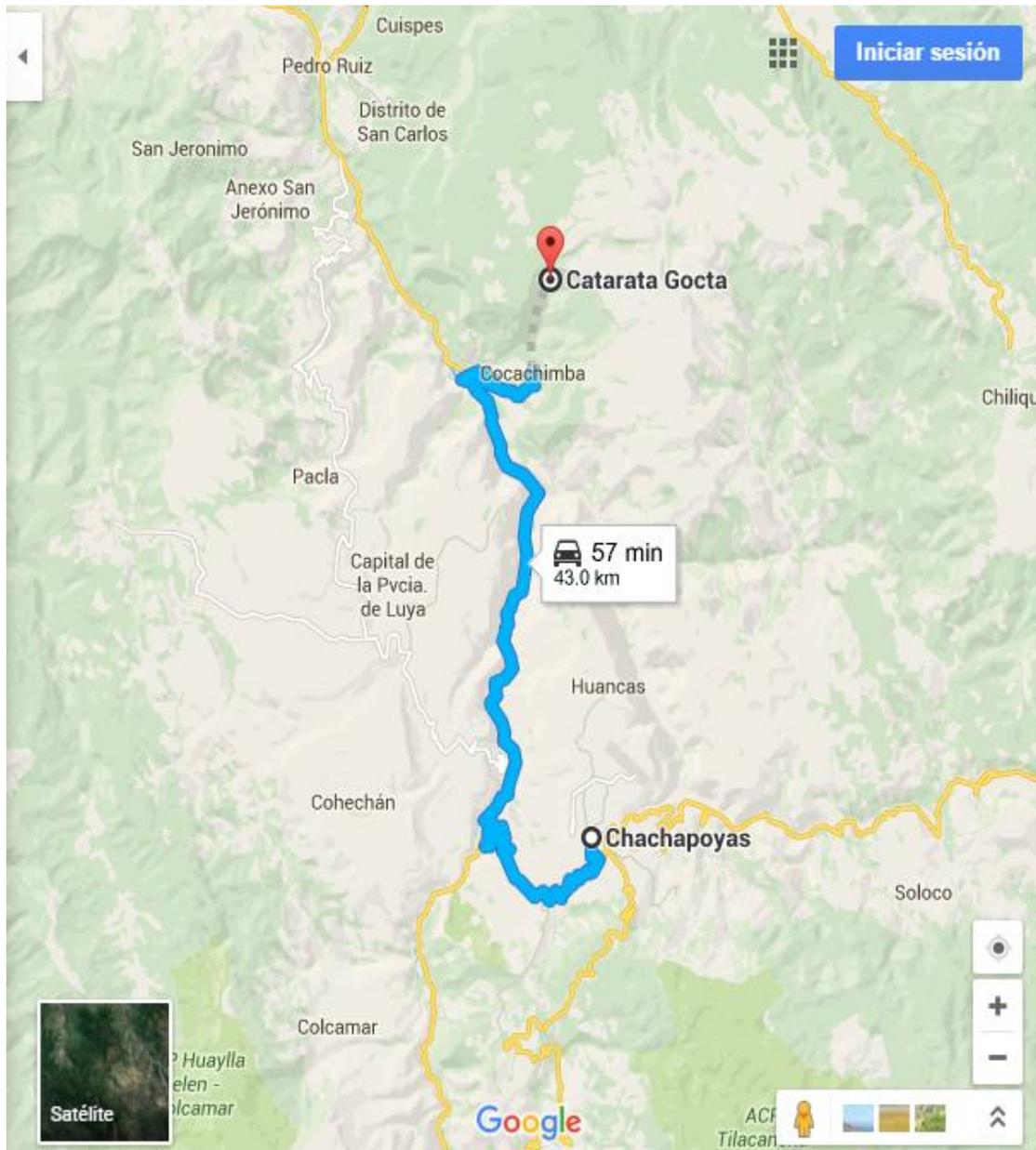
Imagen 8. Ruta hacia Fortaleza de Kuelap desde Chachapoyas



Fuente: Google Maps

Las cataratas de Gocta, a 1 hora de recorrido aproximadamente, pero con caminata de 3.5 horas hasta la misma catarata.

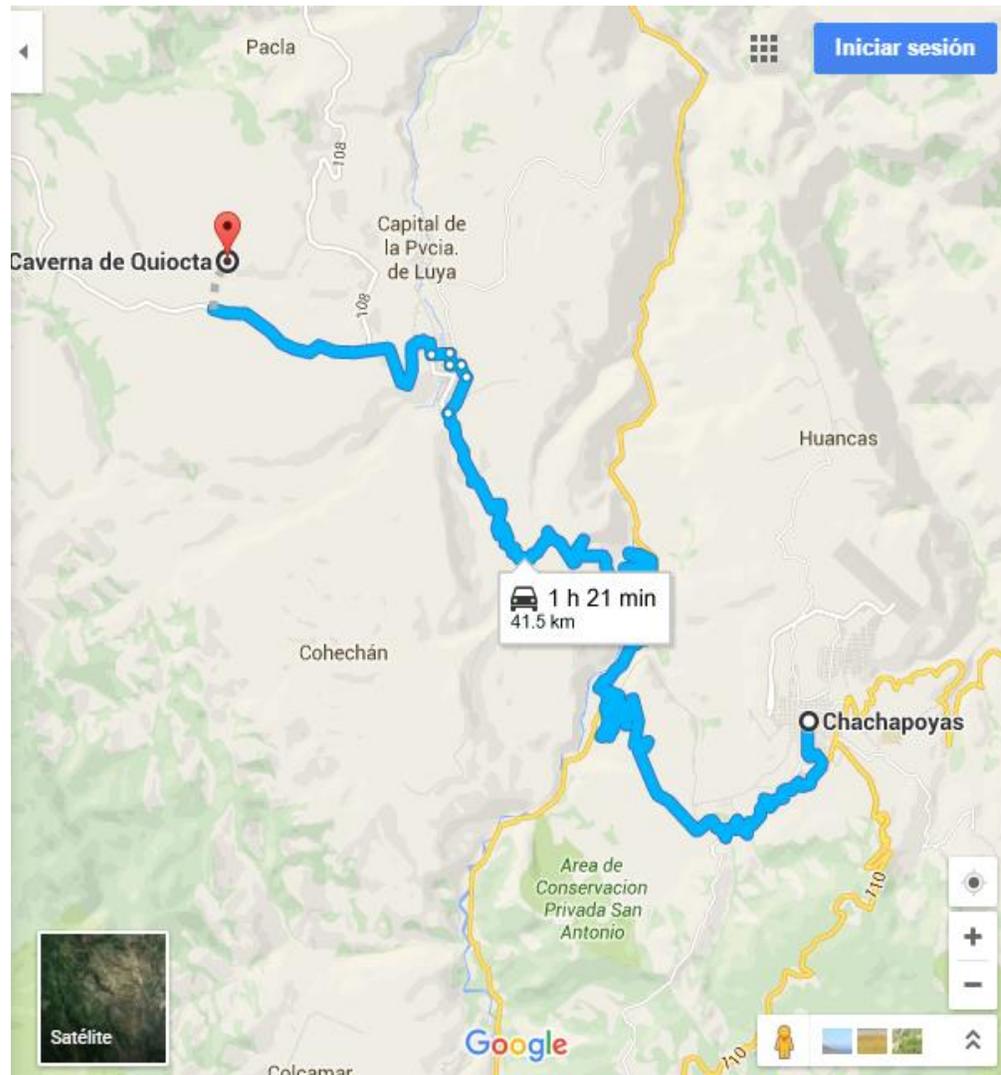
Imagen 9. Ruta hacia las Cataratas de Gocta desde Chachapoyas



Fuente: Google Maps

Las cavernas de Quiocta a 1.5 horas aproximadamente y 30 min de recorrido a pie.

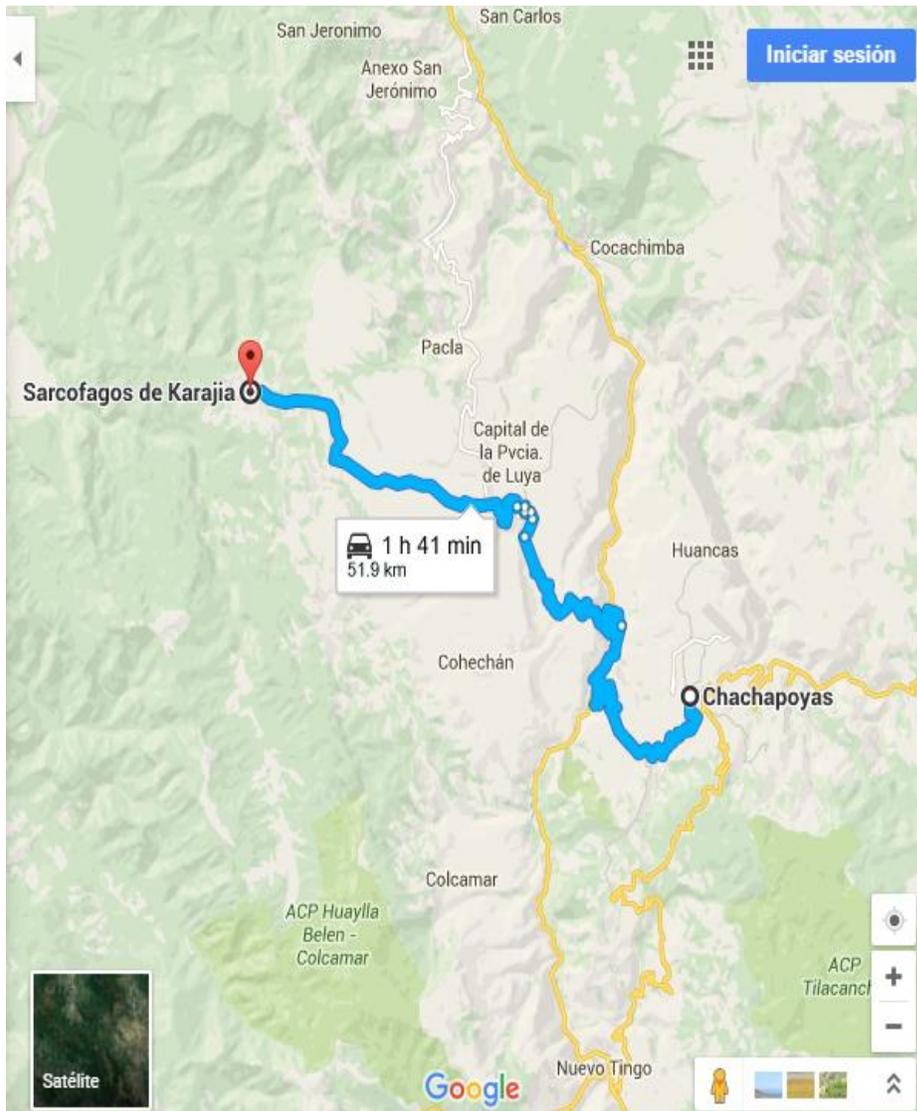
Imagen 10. Ruta hacia la Caverna de Quiocta desde Chachapoyas



Fuente: Google Maps

Los sarcófagos de Karajia, a 2 horas de recorrido en transporte privado.

Imagen 11. Ruta hacia los Sarcófagos de Karajia desde Chachapoyas



Fuente: Google Maps



CAPÍTULO 7: ESTUDIO ECONÓMICO Y FINANCIERO

7.1. Inversión del proyecto

Inversión en activos fijos tangibles

El activo tangible está constituido por todos los bienes de capital que son indispensables para el funcionamiento del proyecto. Los activos tangibles que se presenta en la construcción son: el terreno, construcción de ambientes y acabados de construcción, también se ha considerado los equipos de mobiliario.

Tabla 12. Activo tangible del proyecto

Detalle	Cantidad	Precio Unt.	Total (S/.)
Construcción del local			
Compra del terreno	19850 m ²	16.65	330,502.50
Construcción de ambientes y acabados de construcción	9127.5 m ²	504.03	4,600,513.44
Equipos de mobiliario			
Juego comedor	30	1,800.00	54,000.00
Juego de muebles	25	1,800.00	45,000.00
Camas equipadas	90	1,800.00	162,000.00
Computadora	40	2,000.00	8,000.00
Escritorios	40	450	18,000.00
Impresora	3	250	750.00
Sillas	1000	80	8,000.00
Accesorios diversos	40	500	20,000.00
TOTAL			5,246,765.94

Fuente: Elaboración propia

Inversión en activos fijos intangibles

La inversión en activo intangible es la que se realiza sobre un activo constituido por servicios o derechos adquiridos que son indispensables para ejecutar el proyecto.

Tabla 13. Activo intangible del proyecto

Detalle	Total (S/.)
<u>Gastos de organización</u>	
Elaboración de la minuta	180
Inscripción en registros públicos	80
Adquisición de libros contables	160
Legalización de libros contables	120
Impresión de comprobantes de pago	50
<u>Licencias</u>	
Autorización Municipal	234
<u>Costo del estudio del proyecto</u>	5,000.00
TOTAL	5,824.00

Fuente: Elaboración propia

Inversión en capital de trabajo

El cálculo de la inversión inicial es necesario para fines de análisis económicos y para su posterior evaluación y control de la totalidad de la inversión; para conocer la totalidad de requerimientos tanto para la inversión fija como para el capital de trabajo, como fuente de información para preparar los presupuestos financieros.

Tabla 14. Capital de trabajo del proyecto

Detalle	Cantidad	Precio unitario	Sub-Total (S/.)
<u>Mano de obra directa</u>			
Personal seguridad (10)	1 año	850	10,200.00
Personal limpieza (10)	1 año	850	10,200.00
Personal administrativo (6)	1 año	1000	12,000.00
<u>Mano de obra indirecta</u>			
	-	-	-
Gerente general	1 año	3,500.00	42,000.00
Jefe de Operaciones	1 año	2,500.00	30,000.00
Jefe Administrativo	1 año	2,500.00	30,000.00
Coordinador de Alimentación	1 año	1,500.00	18,000.00
Coordinador de Hospedaje	1 año	1,500.00	18,000.00
Coordinador de Mant. y Seg.	1 año	1,500.00	18,000.00
<u>Servicios Públicos</u>			
	-	-	-
Luz	1 año	-	7,200.00
Agua	1 año	-	6,000.00
Publicidad	1 año	-	50,000.00
<u>Implementos de Limpieza</u>			
	-	-	-
Escobas	10	10	100.00
Recogedores	10	8	80.00
Baldes	10	7	70.00
Trapeadores	10	15	150.00
Papeleras	60	20	1,200.00
Útiles de escritorio	60	200	12,000.00
Accesorios varios	60	150	9,000.00
Total			274,200.00

Fuente: Elaboración propia

Inversión total

Tabla 15. Activo total del proyecto

INVERSIÓN TOTAL		
Detalle	Costo total (S/.)	%
A) Activo		
1.- Activo Tangible		
Compra del terreno	330,502.50	5.78
Construcción de ambientes y acabados	4,600,513.44	80.51
Equipos de Mobiliario	315,750.00	5.53
2.- Activo Intangible		
Gastos de organización	590	0.01
Licencias	234	0.00
Costo del estudio del proyecto	5,000.00	0.09
B) Capital de trabajo		
Mano de obra directa	32,400.00	1.00
Mano de obra indirecta	156,000.00	1.37
Servicios	13,200.00	0.12
Publicidad	50,000.00	0.44
Implementos de limpieza	22,600.00	0.40
Imprevistos (5%)	276,339.50	4.76
Total	5,803,129.44	100.00

Fuente: Elaboración propia

7.2. Financiamiento del proyecto

El cronograma de inversiones refleja el monto de recursos reales y financieros necesarios para la ejecución y operación del proyecto. Tiene como finalidad identificar el periodo durante el cual cada parte o componente de la inversión se efectuará de tal manera que no se movilice innecesariamente durante los periodos previstos.

Existen dos fuentes de financiamiento:

- Fuente interna: aporte de los socios (25 % de la inversión total).
- Fuente externa: préstamo a entidades financieras (75 % de la inversión total), este préstamo será proporcionado por el Banco de Crédito del Perú con un total de S/. 4'352,347.08 con una TEA del 12 % en un plazo de 10 años.

Tabla 16. Cronograma de pago en 10 años con BCP

Año	Capital	Intereses	Seguro	Cuota	Saldo Capital
2019	233,883.60	490,611.71	40,327.49	764,822.52	4,118,463.48
2020	263,461.76	463,281.91	38,079.85	764,822.52	3,855,001.72
2021	298,478.08	430,924.20	35,420.24	764,822.52	3,556,523.64
2022	340,608.48	391,993.00	32,221.00	764,822.52	3,215,915.16
2023	384,296.38	351,623.76	28,902.38	764,822.52	2,831,618.78
2024	434,276.82	305,605.91	25,201.50	764,822.52	2,397,341.96
2025	492,636.53	251,512.41	20,673.52	764,822.52	1,904,705.43
2026	557,862.28	191,240.86	15,719.34	764,822.52	1,346,843.15
2027	631,409.29	123,280.13	10,133.22	764,822.52	715,433.86
2028	715,433.86	45,838.10	3,751.30	764,822.52	0.00

Fuente: Elaboración propia

En anexo se muestra el detalle del cronograma con cuotas mensuales.

7.3. Presupuesto de ingresos y egresos

Presupuesto de ingresos

A continuación, se ha realizado un cálculo con los ingresos por año, teniendo en cuenta todos los servicios brindados.

Tabla 17. N° de habitaciones y precios por cada habitación

Tipo Habitación	Cantidad	Precio
Bungalows	5	S/. 1,750.00
Múltiples	3	S/. 1,575.00
Matrimoniales	8	S/. 1,225.00
Triples	11	S/. 1,400.00
Dobles	6	S/. 1,050.00

Fuente: Elaboración propia

Total veces alquiler = 02 vez por mes y 02 veces adicionales por temporada alta

Siendo 2 veces al mes por 01 año + 02 veces adicionales por 03 meses que es temporada alta = 30

Precio por noche * n° habitaciones * 30

Total ingresos 1° año = S/. 1'349,250.00 al año

Para el siguiente año, proyecto crecimiento del 50% en alquiler, es decir:

Siendo 3 veces al mes por 01 año + 03 veces adicionales por 03 meses que es temporada alta = 30

Precio por noche * n° habitaciones * 45

Total ingresos 2° año= S/. 2'023,875.00 al año

Para el siguiente año, proyecto crecimiento del 50% en alquiler, es decir:

Siendo 4 veces al mes por 01 año + 04 veces adicionales por 03 meses que es temporada alta = 30

Precio por noche * n° habitaciones * 60

Total ingresos 3° año= S/. 2'698,500.00 al año

Para el siguiente año, proyecto crecimiento del 50% en alquiler, es decir:

Siendo 5 veces al mes por 01 año + 05 veces adicionales por 03 meses que es temporada alta = 30

Precio por noche * n° habitaciones * 75

Total ingresos 4° año= S/. 3'373,125.00 al año

Presupuesto de costos

A continuación, se muestra los egresos correspondientes a los costos de producción, los cuales comprenden: los salarios del personal de seguridad, del personal de limpieza y del personal de administrativo.

Tabla 18. Costos de Producción

Detalle	Total									
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Personal de Seguridad	11.050,00	13.855,00	16.940,50	21.184,55	25.853,01	25.853,01	25.853,01	25.853,01	25.853,01	25.853,01
Personal de Limpieza	11.050,00	13.005,00	16.005,50	19.306,05	23.786,66	23.786,66	23.786,66	23.786,66	23.786,66	23.786,66
Personal administrativo	12.000,00	14.050,00	15.455,00	17.850,50	20.485,55	20.485,55	20.485,55	20.485,55	20.485,55	20.485,55
Agua	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00
Luz	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00	7.200,00
Total (S/.)	47.300,00	54.110,00	61.601,00	71.541,10	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21

Fuente: Elaboración propia

Presupuesto de gastos

A continuación se muestra la tabla de egresos correspondiente a los costos de operación, los cuales comprenden: gastos e ventas, gastos administrativos, servicios y materiales básicos.

Tabla 19. Gastos de Ventas

Detalle	Total									
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Publicidad	63.000,00	74.000,00	77.000,00	80.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00
Total (S/.)	63.000,00	74.000,00	77.000,00	80.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 20. Gastos Administrativos

Detalle	Total									
	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gerente general	42.000,00	46.200,00	50.820,00	55.902,00	61.492,20	67.641,42	74.405,56	81.846,12	90.030,73	99.033,80
Jefe de Operaciones	30.000,00	33.000,00	36.300,00	39.930,00	43.923,00	48.315,30	53.146,83	58.461,51	64.307,66	70.738,43
Jefe Administrativo	30.000,00	33.000,00	36.300,00	39.930,00	43.923,00	48.315,30	53.146,83	58.461,51	64.307,66	70.738,43
Coordinador de Alimentación	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18	31.888,10	35.076,91	38.584,60	42.443,06
Coordinador de Hospedaje	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18	31.888,10	35.076,91	38.584,60	42.443,06
Coordinador de Mant. y Seg.	18.000,00	19.800,00	21.780,00	23.958,00	26.353,80	28.989,18	31.888,10	35.076,91	38.584,60	42.443,06
Total (S/.)	156.000,00	171.600,00	188.760,00	207.636,00	228.399,60	251.239,56	276.363,52	303.999,87	334.399,85	367.839,84

Fuente: Elaboración propia

Tabla 21. Depreciación de la construcción del hospedaje

Detalle	Cant.	Tasa	Total (S/.)	Depreciación acumulada anual (S/.)									
				2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Construcción	1	3%	600.513,44	38.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40
Total (S/.)			600.513,44	38.015,40	138.015,40								

Fuente: Elaboración propia

Tabla 22. Depreciación de quipos de Mobiliario

Detalle	Cant.	Tasa	Total (S/.)	Depreciación acumulada anual (S/.)									
				2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Juego comedor	30	10%	54.000,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00	5.400,00
Juego de muebles	25	10%	45.000,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00	4.500,00
Camas equipadas	90	10%	162.000,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00	16.200,00
Computadora	40	25%	8.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Escritorios	40	10%	18.000,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
Impresora	3	25%	750,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00	188,00
Sillas	1000	10%	8.000,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00	800,00
Accesorios diversos	40	10%	20.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00
Total (S/.)			315.750,00	34.905,50	34.906,50	34.907,50	34.908,50						

Fuente: Elaboración propia

Tabla 23. Resumen de la depreciación total

Detalle	Monto total (S/.)	Depreciación acumulada anual (S/.)										Depreciación Total (S/.)	
		2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028		
Equipos de mobiliario	315.750,00	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	34.905,50	349.055,00
Construcción del hospedaje	4.600.513,44	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	138.015,40	1.380.154,00
Total (S/.)	4.916.263,44	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	1.729.209,00

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24. Gastos financieros

Detalle	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Interés de la deuda	490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13	45,838.10
Total (S/.)	490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13	45,838.10

Fuente: Elaboración propia

Tabla 25. Amortización de intangibles

Detalle	Tasa	Monto (S/.)	Periodo anual de amortización									
			2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Gastos de organización	10%	590,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00	59,00
Licencias	10%	234,00	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40	23,40
Estudio del proyecto	10%	5.000,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00
Total (S/.)		5.824,00	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40

Fuente: Elaboración propia

Tabla 26. Gastos financieros

Costo Total										
Rubros	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028
Costo de producción	47.300,00	54.110,00	61.601,00	71.541,10	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21	83.325,21
Gastos de ventas	63.000,00	74.000,00	77.000,00	80.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00	83.000,00
Gastos administrativos	156.000,00	171.600,00	188.760,00	207.636,00	228.399,60	251.239,56	276.363,52	303.999,87	334.399,85	367.839,84
Gastos financieros	490.611.71	463.281.91	430.924.20	391.993.00	351.623.76	305.605.91	251.512.41	191.240.86	123.280.13	45.838.10
Depreciación	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90	172.920,90
Amortización	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40	582,40
Total (S/.)	1.016.090,90	978.097,43	971.922,07	967.022,79	958.843,40	933.854,01	905.287,40	872.653,72	835.397,92	793.138,49

Fuente: Elaboración propia

7.4. Balance Inicial

Tabla 27. Balance inicial del proyecto

BALANCE INICIAL al 31.01.2018			
EN SOLES			
	S/.		S/.
ACTIVO CORRIENTE		PASIVO CORRIENTE	
Caja y Bancos	764,822.52	Cuentas Por Pagar (Corto Plazo)	233,883.60
ACTIVO NO CORRIENTE		Pasivo No Corriente	
Inmuebles, maquinarias y equipos	5,246,765.94	Cuentas por pagar (Largo Plazo)	4,118,463.48
Intangibles	5,824.00	Total Pasivo	4,118,463.48
Total Activo No corriente	5,252,589.94	PATRIMONIO NETO	
		Capital Social	1,450,782.36
		Reservas	235,380.80
TOTAL ACTIVO	6,017,412.46	TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	6,017,412.46

Fuente: Elaboración propia

7.5. Estado de Ganancias y Pérdidas

Tabla 28. Estado de Ganancias y Pérdidas del proyecto

ESTADOS DE GANANCIAS Y PERDIDAS EXPRESADO EN SOLES										
DESCRIPCIÓN	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2027
Ventas	1,349,250.00	2,023,875.00	2,698,500.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00
Costos de Producción	47,300.00	54,110.00	61,601.00	71,541.10	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21
UTILIDAD BRUTA	1,301,950.00	1,969,765.00	2,636,899.00	3,301,583.90	3,289,799.79	3,289,799.79	3,289,799.79	3,289,799.79	3,289,799.79	3,289,799.79
GASTOS ADMINISTRATIVOS	156,000.00	171,600.00	188,760.00	207,636.00	228,399.60	251,239.56	276,363.52	303,999.87	334,399.85	367,839.84
GASTOS DE VENTAS	63,000.00	74,000.00	77,000.00	80,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00
DEPRECIACIÓN	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
AMORTIZACIÓN	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
UTILIDAD OPERATIVA	909,446.70	1,550,661.70	2,197,635.70	2,840,444.60	2,804,896.89	2,782,056.93	2,756,932.97	2,729,296.62	2,698,896.64	2,665,456.65
GASTOS FINANCIEROS	490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13	45,838.10
Utilidad antes de impuestos	418,834.99	1,087,379.79	1,766,711.50	2,448,451.60	2,453,273.13	2,476,451.02	2,505,420.56	2,538,055.76	2,575,616.51	2,619,618.55
IMPUESTO 30%	0.00	326,213.94	530,013.45	734,535.48	735,981.94	742,935.31	751,626.17	761,416.73	772,684.95	785,885.57
UTILIDAD/PÉRDIDA NETA S/.	418,834.99	761,165.85	1,236,698.05	1,713,916.12	1,717,291.19	1,733,515.71	1,753,794.39	1,776,639.03	1,802,931.55	1,833,732.99

Fuente: Elaboración propia

7.6. Valor Residual

El importe de Valor residual se determina mediante la diferencia entre el valor contable de la adquisición de activos intangibles y la depreciación acumulada durante el horizonte del proyecto.

Tabla 29. Valor Residual

VALOR RESIDUAL	
Conceptos	Importe
Activo fijo tangible	5,246,765.94
Depreciación Acumulada	1,729,239.00
Valor Residual	3,517,526.94

Fuente: Elaboración propia

7.7. Costo de Capital Promedio Ponderado

Tabla 30. Costo de Capital

COSTO DE CAPITAL PROMEDIO PONDERADO						
Concepto	Financiamiento	Estructura %	Costo anual	Costo de capital	Costo de capital ajustado (1-t)	Costo promedio ponderado %
Banco	4,352,347.08	78.22	12%	9.39	6.57	6.57
Aporte Socios	1,211,539.86	21.78	30%	6.53		6.53
	5,563,886.94	100.00				13.10

Fuente: Elaboración propia
t: tasa impositiva

7.8. Flujo de Caja Económico y Financiero

Tabla 31. Flujo de Caja Económico

FLUJO DE CAJA ECONÓMICO											
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2027
INGRESOS											
Ingresos por venta		1,349,250.00	2,023,875.00	2,698,500.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00
Valor residual											3,517,526.94
Recuperación del capital de trabajo											5,246,765.94
TOTAL INGRESOS	0.00	1,349,250.00	2,023,875.00	2,698,500.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	3,373,125.00	12,137,417.88
EGRESOS											
Activos Fijos Tangibles	5,246,765.94										
Activos Fijos Intangibles	5,824.00										
Capital de Trabajo	274,200.00	33,731.25	33,731.25	33,731.25							
Costo de producción		47,300.00	54,110.00	61,601.00	71,541.10	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21
Gastos de administrativos		156,000.00	171,600.00	188,760.00	207,636.00	228,399.60	251,239.56	276,363.52	303,999.87	334,399.85	367,839.84
Gastos de ventas		63,000.00	74,000.00	77,000.00	80,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
TOTAL EGRESOS	5,526,789.94	473,534.55	506,944.55	534,595.55	532,680.40	568,228.11	591,068.07	616,192.03	643,828.38	674,228.36	1,083,062.10
Utilidad antes de Impuestos	- 5,526,789.94	875,715.45	1,516,930.45	2,163,904.45	2,840,444.60	2,804,896.89	2,782,056.93	2,756,932.97	2,729,296.62	2,698,896.64	11,054,355.78

Impuesto a la renta	0	262,714.64	455,079.14	649,171.34	852,133.38	841,469.07	834,617.08	827,079.89	818,788.99	809,668.99	3,316,306.73
DESCRIPCIÓN	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2027
Utilidad Neta	- 5,526,789.94	613,000.82	1,061,851.32	1,514,733.12	1,988,311.22	1,963,427.82	1,947,439.85	1,929,853.08	1,910,507.64	1,889,227.64	7,738,049.05
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	- 5,526,789.94	786,504.12	1,235,354.62	1,688,236.42	2,161,814.52	2,136,931.12	2,120,943.15	2,103,356.38	2,084,010.94	2,062,730.94	7,911,552.35

Fuente: Elaboración propia

Tabla 32. Flujo de Caja Financiero

FLUJO DE CAJA FINANCIERO											
DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	- 5,526,789.94	786,504.12	1,235,354.62	1,688,236.42	2,161,814.52	2,136,931.12	2,120,943.15	2,103,356.38	2,084,010.94	2,062,730.94	7,911,552.35
Préstamos Bancarios	4,352,347.08	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización		233,883.60	263,461.76	298,478.08	391,993.00	384,296.38	434,276.82	492,636.53	557,862.28	631,409.29	715,433.86
Interés		490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13	45,838.10
Escudo Tributario	- 1,174,442.86	209,192.32	647,595.52	1,088,111.40	1,495,426.42	1,506,498.11	1,472,742.19	1,434,661.16	1,392,280.05	1,345,025.56	7,164,031.82
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	- 5,526,789.94	786,504.12	1,235,354.62	1,688,236.42	2,161,814.52	2,136,931.12	2,120,943.15	2,103,356.38	2,084,010.94	2,062,730.94	7,911,552.35

Fuente: Elaboración propia

7.9. Indicadores de Evaluación

Valor Actual Neto

Aplicando la función financiera de Excel a los flujos de caja económico y financiero, obtenemos los siguientes valores.

Tabla 33. Valor Actual Neto

Flujos	Valor Actual Neto
Flujo de Caja Económico	5,448,819.44
Flujo de Caja Financiero	6,362,658.64

Fuente: Elaboración propia

El Valor Actual Neto Económico y Financiero son positivos, lo que evidencia que el proyecto tiene rentabilidad económica y financiera.

Tasa Interna de Retorno

Tabla 34. Tasa Interna de Retorno

FLUJOS	TASA INTERNA DE RETORNO
Flujo de Caja Económico	29%
Flujo de Caja Financiero	64%

Fuente: Elaboración propia

La Tasa de Rendimiento del proyecto, TIR Económico y Financiero, son mayores que el Costo de Capital promedio ponderado (13.10%), por consiguiente, el proyecto es rentable económica y financieramente.

Relación Beneficio Costo

Tabla 35. Relación Beneficio Costo

FLUJOS	BENEFICIO (B)	COSTO (C)	RELACIÓN B/C
Flujo de Caja Económico	10,975,609.38	5,526,789.94	1.99
Flujo de Caja Financiero	3,319,649.01	1,174,442.86	2.83

Fuente: Elaboración propia

La relación Beneficio/Costo es mayor que uno en ambos flujos, por lo tanto, el proyecto tiene rentabilidad económica y financiera.

Periodo de Recuperación de Capital

Tabla 36. Periodo de Recuperación de Capital

FLUJOS	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE CAPITAL
Flujo de Caja Económico	5 años y 3 meses
Flujo de Caja Financiero	2 años y 7 meses

Fuente: Elaboración propia

En términos económicos el proyecto se recupera en 5 años y tres meses y en términos financieros en 2 años y 7 meses.

7.10. Punto de Equilibrio

Tabla 37. Punto de Equilibrio

Rubros	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
COSTO VARIABLE	266,300.00	299,710.00	327,361.00	359,177.10	311,724.81	334,564.77	359,688.73	387,325.08	417,725.06
Costo de producción	47,300.00	54,110.00	61,601.00	71,541.10	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21	83,325.21
Gastos de ventas	63,000.00	74,000.00	77,000.00	80,000.00					
Gastos administrativos	156,000.00	171,600.00	188,760.00	207,636.00	228,399.60	251,239.56	276,363.52	303,999.87	334,399.85
Impuestos	0.00	111,345.77	275,108.38	438,488.16	602,851.98	610,348.80	618,918.78	628,708.88	639,885.62
COSTO FIJO	664,115.01	636,785.21	604,427.50	565,496.30	608,127.06	562,109.21	508,015.71	447,744.16	379,783.43
Depreciación	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
Gastos financieros	490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13
Gastos de ventas					83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00
PUNTO DE EQUILIBRIO	827,422.48	747,476.99	687,875.16	632,887.42	670,049.15	624,001.00	568,653.30	505,826.60	433,463.16
%	1.63	2.71	3.92	5.33	5.03	5.41	5.93	6.67	7.78

Fuente: Elaboración propia

El punto de Equilibrio del proyecto expresado monetariamente para el año 1, refleja ganancia por cuanto el valor alcanzado 827,422.48 es menor al volumen de ventas.

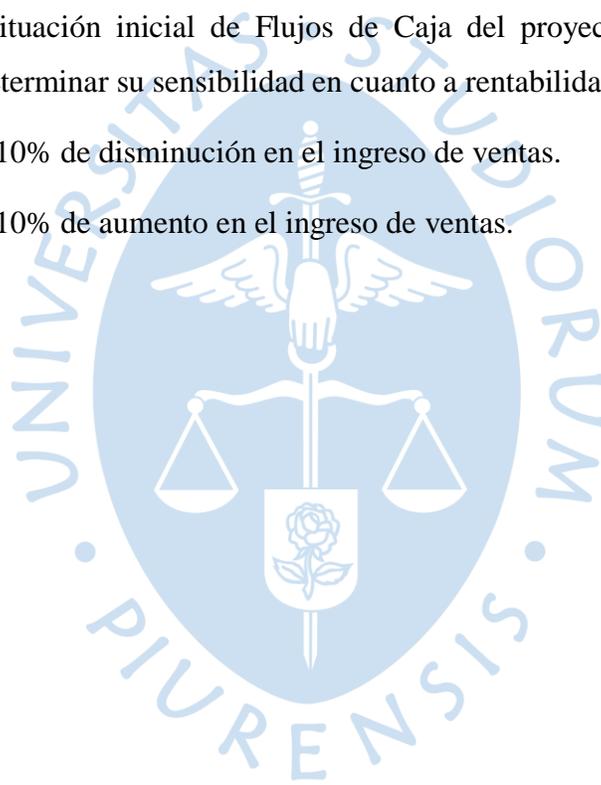
Igual que para los siguientes 9 años el punto de equilibrio monetaria refleja ganancias, por cuanto el volumen de ventas es mayor.

7.11. Escenarios del proyecto

Partiendo de la situación inicial de Flujos de Caja del proyecto, se han planteado dos escenarios para determinar su sensibilidad en cuanto a rentabilidad:

Escenario 1: Con 10% de disminución en el ingreso de ventas.

Escenario 2: Con 10% de aumento en el ingreso de ventas.



Flujo de Caja Económico

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ingresos por venta		1,214,325.00	1,821,487.50	2,428,650.00	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50
Valor residual											3,517,526.94
Recuperación del capital de trabajo											5,246,765.94
TOTAL INGRESOS	-	1,214,325.00	1,821,487.50	2,428,650.00	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	3,035,812.50	11,800,105.38
EGRESOS											
Activos Fijos Tangibles	5,246,765.94										
Activos Fijos Intangibles	5,824.00										
Capital de Trabajo	311,297.00	38,289.53	38,289.53	38,289.53							
Costo de producción		42,570.00	48,699.00	55,440.90	64,386.99	74,992.69	74,992.69	74,992.69	74,992.69	74,992.69	74,992.69
Gastos de administrativos		140,400.00	154,440.00	169,884.00	186,872.40	205,559.64	226,115.60	248,727.16	273,599.88	300,959.87	331,055.86
Gastos de ventas		56,700.00	66,600.00	69,300.00	72,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
TOTAL EGRESOS	5,563,886.94	451,462.83	481,531.83	506,417.73	496,762.69	537,055.63	557,611.59	580,223.15	605,095.87	632,455.86	662,551.84
Utilidad antes de Impuestos	-	762,862.17	1,339,955.67	1,922,232.27	2,539,049.81	2,498,756.87	2,478,200.91	2,455,589.35	2,430,716.63	2,403,356.64	11,137,553.54
Impuesto a la renta	-	228,858.65	401,986.70	576,669.68	761,714.94	749,627.06	743,460.27	736,676.80	729,214.99	721,006.99	3,341,266.06
Utilidad Neta	5,563,886.94	534,003.52	937,968.97	1,345,562.59	1,777,334.87	1,749,129.81	1,734,740.63	1,718,912.54	1,701,501.64	1,682,349.65	7,796,287.47
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	-	707,506.82	1,111,472.27	1,519,065.89	1,950,838.17	1,922,633.11	1,908,243.93	1,892,415.84	1,875,004.94	1,855,852.95	7,969,790.77

Fuente: Elaboración propia

Flujo de Caja Financiero

Tabla 38. Escenario 1, 10% de disminución del ingreso de venta

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	5,563,886.94	707,506.82	1,111,472.27	1,519,065.89	1,950,838.17	1,922,633.11	1,908,243.93	1,892,415.84	1,875,004.94	1,855,852.95	7,969,790.77
Préstamos Bancarios	4,352,347.08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización		205,941.13	277,801.97	311,845.02	348,796.06	392,802.80	440,938.54	494,973.04	555,629.15	623,718.32	699,901.05
Interés		576,287.60	504,884.13	471,057.77	434,342.39	390,615.29	342,785.94	289,095.37	228,825.34	161,169.56	85,470.14
Seguro		3,691.57	3,234.20	311,845.02	2,781.85	2,502.21	2,195.82	2,195.82	1,465.81	1,032.42	547.41
Escudo Tributario		172,886.28	151,465.24	141,317.33	130,302.72	117,184.59	102,835.78	86,728.61	68,647.60	48,350.87	25,641.04
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	1,211,539.86	94,472.80	477,017.21	874,366.41	1,295,220.58	1,253,897.40	1,225,159.42	1,192,880.22	1,157,732.24	1,118,283.52	7,209,513.22

Fuente: Elaboración propia

El efecto del escenario 1 sobre la rentabilidad se observa en el siguiente resumen:

Escenario 1: Principales Indicadores De Rentabilidad

INDICADORES	VAN	TIR
FLUJO CAJA ECONOMICO	4563245.71	26%
FLUJO CAJA FINANCIERO	5583303.20	56%

Según los principales indicadores de evaluación, el proyecto mantiene su rentabilidad económica financiera.

Flujo de Caja Económico

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
INGRESOS											
Ingresos por venta		1,484,175.00	2,226,262.50	2,968,350.00	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75
Valor residual											3,517,526.94
Recuperación del capital de trabajo											5,246,765.94
TOTAL INGRESOS	-	1,484,175.00	2,226,262.50	2,968,350.00	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	3,339,393.75	12,103,686.63
EGRESOS											
Activos Fijos Tangibles	5,246,765.94										
Activos Fijos Intangibles	5,824.00										
Capital de Trabajo	311,297.00	37,355.64	37,355.64	37,355.64							
Costo de producción		52,030.00	59,521.00	67,761.10	78,695.21	91,657.73	91,657.73	91,657.73	91,657.73	91,657.73	91,657.73
Gastos de administrativos		171,600.00	188,760.00	207,636.00	228,399.60	251,239.56	276,363.52	303,999.87	334,399.85	367,839.84	67,839.84
Gastos de ventas		69,300.00	81,400.00	84,700.00	88,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00	83,000.00
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
TOTAL EGRESOS	5,563,886.94	503,788.94	540,539.94	570,956.04	568,598.11	599,400.59	624,524.55	652,160.90	682,560.89	716,000.87	716,000.87
Utilidad antes de Impuestos	5,563,886.94	980,386.06	1,685,722.56	2,397,393.96	2,770,795.64	2,739,993.16	2,714,869.20	2,687,232.85	2,656,832.86	2,623,392.88	11,387,685.76
Impuesto a la renta		294,115.82	505,716.77	719,218.19	831,238.69	821,997.95	814,460.76	806,169.86	797,049.86	787,017.86	3,416,305.73
Utilidad Neta	5,563,886.94	686,270.24	1,180,005.79	1,678,175.77	1,939,556.95	1,917,995.21	1,900,408.44	1,881,063.00	1,859,783.01	1,836,375.02	7,971,380.03
Depreciación		172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90	172,920.90
Amortización		582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40	582.40
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	5,563,886.94	859,773.54	1,353,509.09	1,851,679.07	2,113,060.25	2,091,498.51	2,073,911.74	2,054,566.30	2,033,286.31	2,009,878.32	8,144,883.33

Fuente: Elaboración propia

Tabla 39. Escenario 2, 10% de aumento en el ingreso de venta

DESCRIPCIÓN	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
FLUJO DE CAJA ECONÓMICO	5,563,886.94	885,922.49	1,379,658.04	1,877,828.02	2,476,683.12	3,078,474.89	3,060,888.12	3,041,542.67	3,020,262.68	2,996,854.69	9,131,859.71
Préstamos Bancarios	4,352,347.08	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Amortización		205,941.13	277,801.97	311,845.02	348,796.06	392,802.80	440,938.54	494,973.04	555,629.15	623,718.32	699,901.05
Interés		490,611.71	463,281.91	430,924.20	391,993.00	351,623.76	305,605.91	251,512.41	191,240.86	123,280.13	45,838.10
Seguro		172,886.28	151,465.24	141,317.33	130,302.72	117,184.59	102,835.78	86,728.61	68,647.60	48,350.87	25,641.04
Escudo Tributario		362,255.93	790,039.40	1,276,376.13	1,866,196.78	2,451,232.91	2,417,179.45	2,381,785.83	2,342,040.27	2,298,207.11	8,411,761.60
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	1,211,539.86	885,922.49	1,379,658.04	1,877,828.02	2,476,683.12	3,078,474.89	3,060,888.12	3,041,542.67	3,020,262.68	2,996,854.69	9,131,859.71

Fuente: Elaboración propia



ESCENARIO 2: PRINCIPALES INDICADORES DE RENTABILIDAD

INDICADORES	VAN	TIR
FLUJO CAJA ECONOMICO	5616151.02	29%
FLUJO CAJA FINANCIERO	9324668.91	77%





CONCLUSIONES

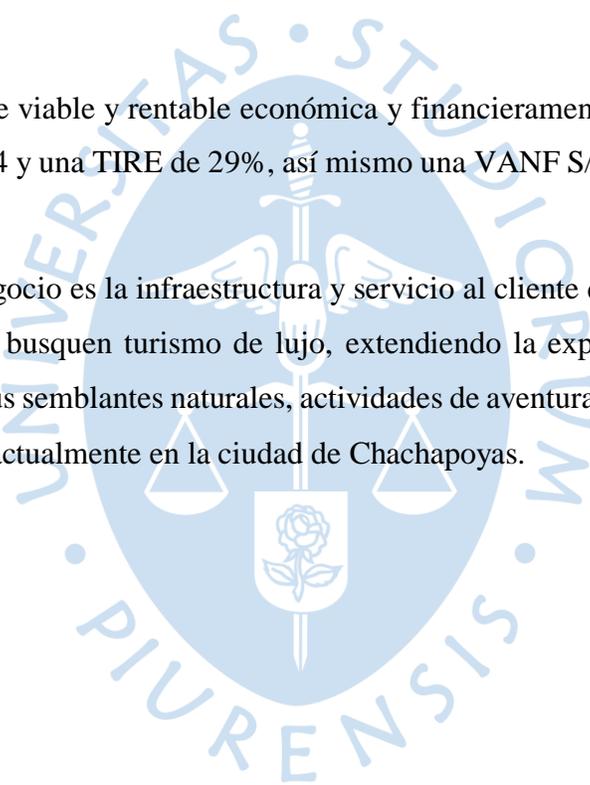
La acogida del proyecto nos refleja una recuperación de capital dentro de 5 años en términos económicos y 02 años en términos financieros.

El crecimiento en ventas está proyectado según las referencias de los demás hoteles y resorts de la zona, de donde se estaría atendiendo al 25% del mercado total de turistas tanto nacionales como extranjeros.

El punto de equilibrio nos refleja ganancia desde el primer año, ya que es menor a las ventas del primer año.

El proyecto es totalmente viable y rentable económica y financieramente, puesto que obtiene una VANE de S/. 5,448,19.44 y una TIRE de 29%, así mismo una VANF S/. 6,362,658.64 y una TIRF de 64%.

La diferenciación del negocio es la infraestructura y servicio al cliente que se ofrecerá, llegando a un público objetivo que busquen turismo de lujo, extendiendo la experiencia a un nivel único, máximo y auténtico en sus semblantes naturales, actividades de aventura, dando ese valor agregado con lo que no se cuenta actualmente en la ciudad de Chachapoyas.





REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Banda Tantalean & de los Santos Cruz, Calameo. *Turismo en el Perú*. [Internet]. 2015. [Acceso 12 Agosto 2018]. Disponible en <https://es.calameo.com/read/0024401689cd8b67ae467>
2. Belmond Las Casitas / Arequipa (Internet). Perú, 2018 [Acceso 01 Setiembre 2018]. Disponible en: <https://www.belmond.com/es/hotels/south-america/peru/colca-canyon/belmond-las-casitas/>
3. Diario Gestión / Lima (Internet). Perú; 2013. [Acceso el 05 Julio 2018]. Disponible en <https://gestion.pe/economia/mincetur-crecimiento-turismo-peru-tres-veces-promedio-mundial-43091>
4. Diario Gestión / Banco Interamericano de Desarrollo. Lima (Internet). Perú, 2013 [Acceso el 10 Abril 2018]. Disponible en: <https://gestion.pe/economia/bid-sector-turismo-segunda-fuente-generadora-divisas-peru-2021-43097>
5. Diario El Comercio / Lima. (Internet). Perú, 2016 [Acceso 05 Febrero 2018]. Disponible en: <https://elcomercio.pe/peru/amazonas/inician-instalacion-26-telecabinas-teleferico-kuelap-169623>
6. Gabriel Rodrigo Pérez Pacheco (2009) *Plan de negocios para la implementación de una posada enfocada al turismo alternativo*. Universidad Pontificia Católica del Perú. Perú. http://tesis.pucp.edu.pe/repositorio/bitstream/handle/123456789/695/PEREZ_GABRIEL_POSADA.pdf?sequence=1
7. Gotolatin Travel S.A. (Internet). Chile; 2004 [Acceso 01 Noviembre 2018]. Disponible en: <http://peru.gotolatin.com/spa/Attr/htm/Peru-Kuelap.asp>
8. Magali Silva Velarde–Álvarez / Lima (internet). Perú, 2014. [Acceso 20 Mayo 2018]. Disponible en: <https://www.mincetur.gob.pe/ministra-magali-silva-suscribe-contrato-de-concesion-para-teleferico-de-kuelap/>
9. Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. Año 2016. *Plan Estratégico Nacional 2015*. https://www.mincetur.gob.pe/wp-content/uploads/documentos/turismo/documentos/PENTUR/PENTUR_Final_JULIO2016.pdf
10. Programa de Cooperación al Desarrollo Económico. Secretaría de Estado para Asuntos Económicos SECO. Embajada de Suiza en Perú. *Manual para la planificación de productos turísticos*. Año 2014. <https://www.mincetur.gob.pe/wp->

[content/uploads/documentos/turismo/consultorias/directoriosManuales/Manual-Planificacion-ProductosTuristicos-2014.pdf](#)

11. PROMPERU / Comisión de Promoción del Perú para la Exportación y el Turismo. [Internet]. *Perfil del Turista Extranjero 2017*, 2018. [Acceso 15 Mayo 2018]. Disponible en <https://www.promperu.gob.pe/>
12. Scheler Artizon Trek EIRL – Scheler Trekking & Expediciones Perú / Scheler Torres Agama. (Internet). Perú; 2018 [Acceso 10 Noviembre 2018]. Disponible en: <http://www.schelerhuayhuashtrek.com/turismo.htm>

